

Katja Ronkanen

Apua, asiakas!

Opas aloittelevalle freelance-graafikolle

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

27.4.2015

Tekijä Otsikko	Katja Ronkanen Apua, asiakas! Opas aloittelevalle freelance-graafikolle
Sivumäärä Aika	43 sivua + 4 liitettä 27.4.2015
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Koulutusohjelma	Viestintä
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja	Lehtori Arja Vuorio
<p>Tämä opinnäytetyö on tutkielma freelance-työskentelystä graafisen suunnittelun alalla. Työ tehdään tekijän omasta tarpeesta sekä hyödyttämään muita alan toimijoita. Tutkimuskysymys on, millaisia asioita aloittelevan freelance-graafikon tulee ottaa huomioon uutta projektia vastaanottaessaan. Työn tavoite on esitellä perusasioita, jotka aloittelevankin freelance-graafikon olisi hyvä hallita. Tarkoitus on tarjota opiskelijalle tietoa, johon ei syvennytä opinnoissa tarkemmin, sekä perusasioita jo opintojen aikana saaduissa freelance-töissä ammattimaisesti toimimiseksi.</p> <p>Opinnäytetyö on luonteeltaan kvalitatiivinen. Menetelminä käytettiin kirjallisuuskatsausta, asiantuntijahaastatteluja sekä suppeaa kyselytutkimusta, jolla kartoitettiin opiskelijoilta taustatietoa. Kahdessa asiantuntijahaastattelussa kuultiin graafikon ja asiakkaan näkökulmat graafisen suunnittelun opiskelijan freelance-työskentelystä. Kyselyn ja haastattelujen analyysit toteutettiin teemoittelemalla. Opinnäytetyöhön koottuja tietoja hyödyntäen laadittiin tiivis opas opiskelijoille jaettavaksi. Oppaan tarkoitus on auttaa heitä ennaltaehkäisemään mahdollisia ongelmia freelance-projekteissa. Opas laadittiin kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekijän toimesta ja se annettiin digitaalisena jaettavaksi Metropolia Ammattikorkeakoulun käyttöön.</p> <p>Tutkielmassa esitellään kirjallisuuskatsaukseen perustuen freelance-työn ominaispiirteitä, yhteistyötä asiakkaan kanssa, briefin osuutta suunnitteluprojektissa, palkkion määrittelyn perusteita sekä sopimusten laatimista. Lisäksi työssä käsitellään suppeasti tekijänoikeuslakia, freelancerin verotusta sekä yrittäjyyttä.</p> <p>Tuloksista ilmeni, että opiskelijoille ongelmallisimmat teemat askarruttavat myös ammattilaisia. Etenkin palkkion määrittely ja sopimusten laatiminen aiheuttavat vaikeuksia. Koska jokainen graafisen suunnittelun projekti on uniikki, ei mitään täsmällisiä toimintamalleja voida löytää. Hankaluuksia aiheuttavien osa-alueiden perusteellinen tunteminen voi kuitenkin huomattavasti helpottaa freelance-graafikon ammattimaista työskentelyä. Työkokeemus osoittautui kuitenkin suurimmaksi avuksi freelance-toiminnassa. Tulokset ovat sovellettavissa niin aloittelevien kuin ammattilaistenkin freelance-työskentelyssä. Tutkielma on saavuttanut päätavoitteen, sillä tekijä oppi prosessin aikana freelance-työn perusteet.</p>	
Avainsanat	Freelancer; Opas; Graafinen suunnittelu

Author Title Number of Pages Date	Katja Ronkanen "OMG - a Client!" – A Beginner's Guide to Graphic Design Freelancing 43 pages + 4 appendices 27 April 2015
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Graphic Design
Supervisor	Arja Vuorio, Senior Lecturer
<p>This thesis offers a brief introduction to freelancing in the field of graphic design. It was inspired by the author's own need to gain an insight into the topic, but hopefully, it will also benefit others. The main objective was to identify the key elements for a graphic design freelancer to consider when accepting a new project. These basics should be mastered even by beginners. The aim is to provide the students with information that is not covered in depth during the studies. This will allow the students to work in a professional manner already in their first freelance projects.</p> <p>This study utilizes qualitative research methodology. It consists of three parts: a small survey with students in order to identify the main problems they have had in freelance projects, a literature review and two in-depth interviews with specialists in the field. First interviewee represented the point of view of graphic designers and the second one shed light on the position of the client. A concise guide for students was compiled utilizing the information gathered in the study. The purpose of the guide is to help the students prevent possible problems in their freelance projects.</p> <p>The study discusses the basics of freelancing, cooperation with the client, the role of briefs in a design project, determining one's fee and drawing up a contract. The work also gives a brief introduction to copyright law, freelancer's taxation and entrepreneurship.</p> <p>The results revealed that the most problematic issues for students are the same as with professionals. The biggest problems seem to be related to determining one's fee and making contracts. Since each graphic design project is a case of its own, there is not one solution for every problem. However, a thorough understanding of the matters that tend to cause problems can make it easier for a graphic designer to work in a professional manner. Work experience turned out to be the main aid in freelancing. The results can be applied to beginners' as well as professionals' freelance work. The study has reached its main goal – the author has learned the basics of freelancing.</p>	
Keywords	Graphic design, freelancer, guide

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Opiskelijoilta oikea suunta tutkielmalle	3
2.1	Tietoa opiskelijoilta kyselytutkimusta hyödyntäen	3
2.2	Opiskelijakyselyn tulokset	4
3	Freelance-työn kulmakiviä	7
3.1	Freelance-työn ominaispiirteitä	7
3.2	Apua, asiakas	8
3.2.1	Yhteinen kieli hukassa	9
3.2.2	Yhteistyö askel askeleelta	10
3.3	Briefit ja niiden tärkeys	12
3.3.1	Brief – apuna suunnitteluprosessissa	12
3.3.2	Luovan briefin sisältö	14
3.4	Palkkion määrittelyn perusteita	16
3.4.1	Palkkio koostuu monesta	16
3.4.2	Hinnoittelu rautalangasta	17
4	Freelancer ja tärkeä byrokratia	19
4.1	Tekijänoikeuslaki suojaa	20
4.2	Sopimuksen laatiminen	21
4.3	Pari sanaa verotuksesta ja yrittäjyydestä	23
4.3.1	Verokorteista	23
4.3.2	Yrittäjä yrittämättä	24
5	Asiantuntijat apuun	25
5.1	Asiantuntijahaastattelu tutkimusmenetelmänä	25
5.2	Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäen haastattelu	26
5.3	Aalto ARTS Booksin kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjosen haastattelu	30
5.4	Asiantuntijahaastattelujen teemoitteluanalyysi & johtopäätökset	34
6	Koonti oppaaksi	37
7	Yhteenveto	40

Lähteet

Liitteet

Liite 1: Apua, asiakas! Opas aloittelevalle freelance-graafikolle

Liite 2: Grafia ry:n toimeksiantosopimus

Liite 3: Haastattelu 1 - Toiminnanjohtaja Katri Soramäki, Grafia ry

Liite 4: Haastattelu 2 - Kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjonen, Aalto ARTS Books

1 Johdanto

Graafisen suunnittelun opintojen aikana aloin saada pieniä freelance-toimeksiantoja. Oikean työkokemuksen kartuttaminen oli huipputärkeää, ja tartuin jokaiseen työmahdollisuuteen innolla. Töiden teko epämääräisesti, ilman sopimuksia ja pienellä palkkiolla tuntui hyväksyttävältä opintojen alussa, mutta nyt valmistumisen partaalla se ei enää käy. Näin freelance-työn pulmat hiipivät opinnäytetyöni aiheeksi, sillä halusin tutkielman kautta kerryttää työelämän kannalta hyödyllistä tietoa. Sopimusten laatiminen, työn hinnoittelu ja projektin hallittu työstäminen ovat tuoneet haasteita, ja ilman aiempaa työkokemusta näihin seikkoihin on ollut vaikea varautua ennalta. Muilta opiskelijoilta olen kuullut vastaavia kokemuksia. Kun työtarjouksia alkaa saada, mutta kokemusta hyväksi todetuista toimintatavoista ei vielä ole, opiskelija joutuu turhan haastavien tilanteiden ja valintojen eteen. Omakohtaisiin kokemuksiin perustuen uskon, että tämänkaltaiselle tutkielmalle on suurtakin tarvetta.

Opinnäytetyössäni haluan tuoda edellä mainitun ongelman näkyväksi. Tavoitteeni on esitellä sellaisia perusasioita, jotka jokaisen aloittelevankin freelance-graafikon olisi hyvä hallita. Opinnäytetyöhön koottuja tietoja hyödyntäen laadin oppaan opiskelijoille. Oppaan tarkoitus on auttaa heitä ennaltaehkäisemään mahdollisia ongelmia freelance-projekteissa. Uskon työni olevan hyödyllinen monelle opiskelijalle antaen heille suuntaa oikeaoppiseen ja täsmälliseen freelance-työskentelyyn. Kun opiskelijat tietävät oikeutensa ja velvollisuutensa, he eivät esimerkiksi erehdy työskentelemään alipalkalla. Parhaimmillaan opinnäytetyö voi näin hyödyttää koko alaa yleensä. Työkokemuksen kautta opiskelijoille toki kertyy tietoa, mutta omiin kokemuksiini perustuen koen, ettei kaikkea kannata opetella kantapään kautta.

Opinnäytetyön puitteissa toteutan ensin pienimuotoisen opiskelijakyselyn saadakseni käsityksen asioista, jotka ovat tuottaneet graafisen suunnittelun opiskelijoille ongelmia freelance-työskentelyssä. Opiskelijakyselyn muodostamista ja tuloksia käsitellään luvussa 2. Kyselyvastausten suuntaviivoja seuraten etsin lähdekirjallisuutta freelance-graafikkona työskentelystä, ja peilaan saatua tietoa omiin sekä opiskelijoiden kokemuksiin. Luvussa 3 Freelance-työn kulmakiviä käsittelen ensin freelance-työtä yleisesti. Tästä siirryn alalukuun 3.2 Apua, asiakas, jossa esittelen hieman vinkkejä onnistuneeseen asiakasyhteistyöhön. Seuraavaksi alaluvussa 3.3 avaan briefin käsitettä ja tärke-

yttä. Briefistä siirryn lopulta alaluvussa 3.4 palkkion määrittelyn pohdintaan ja apuvälineisiin. Kokonaisuudessaan luvun 3 on tarkoitus antaa lukijalle kattava kuva siitä, millaisia asioita freelancer työssään joutuu huomioimaan. Luvussa 4 Freelancer ja tärkeä byrokratia avaavat hieman tekijänoikeuslain, sopimusten ja verotuksen maailmaa. Nämä ovat luvun 3 teemoihin verrattuna luonteeltaan teknisempiä, tarkemmin määriteltyjä аспектеja, joihin jokaisen freelancerin on syytä tutustua. Lähdekirjallisuuden ohella opinnäytetyön varsinaisena tutkimusaineistona toimivat asiantuntijahaastattelut, joihin päästään luvussa 5 Asiantuntijat apuun. Haastateltavina tässä opinnäytetyössä ovat Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäki, jota haastatellaan juuri graafisen suunnittelijan näkökulma huomioiden, sekä Aalto ARTS Books –kustantamon kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjonen, joka puolestaan avaa tilaajan näkökulmaa suunnittelutyössä. Runkotekstin viimeisessä luvussa 6 Koonti oppaaksi kuvailen tiiviisti, mitä teemoja valitsin opiskelijoille tekemääni oppaaseen kaikesta kerätystä aineistosta.

Tässä tutkielmassa freelance-graafikkona toimimista käsitellään graafisen suunnittelun opiskelijan näkökulmasta. Graafikoille on tehty erinomaisia oppaita, joissa käsitellään samaa aihetta - Heikki Jokisen Graafikon tuoreet eväät toimiikin pääasiallisena kirjallisuuslähteenäni. Opinnäytetyön tutkimuskysymys on, millaisia asioita aloittelevan freelance-graafikon tulee ottaa huomioon uutta projektia vastaanottaessaan. Pyrin erityisesti tarjoamaan opiskelijalle sellaista tietoa, jota ei nähdäkseni käsitellä syvemmin opintojen aikana. Rajaani siis käsittelyn ulkopuolelle työskentelyn sellaiset puolet, joita mielestäni graafisen suunnittelun opinnoissa harjoitellaan riittävästi. Näitä ovat esimerkiksi projektin itsenäinen työstäminen, varsinainen graafinen suunnittelu (väri-, sommittelu-, typografiset ja muut tyyllilliset valinnat) sekä painoteknisesti laadukkaan aineiston tuottaminen. Näitä asioita opiskellaan sellaisinaan graafisen suunnittelun kursseilla ammattikorkeakoulussa. Sen sijaan keskityn työssäni sopimusten laatimiseen, palkkion määrittelyyn, tekijänoikeusasioihin, luovan briefin käsitteeseen sekä freelance-työhön yleensä - asioihin, jotka monesti opitaan vasta työkokemuksen kautta.

Rajaan opinnäytetyöstä käsittelyn ulkopuolelle myös pari olennaista mutta tässä työssä liian laajaa teemaa. Verotusta käsittelen hyvin suppeasti ja yritystoiminnan eri muotoja en lainkaan. Tähän päädyin siksi, että olen valinnut työn kohderyhmäksi nimenomaan graafisen suunnittelun opiskelijat, jotka tekevät freelance-keikkoja satunnaisesti opintojensa ohella. Nähdäkseni heistä läheskään kaikki eivät harkitse freelance-uraa opinto-

jen päätyttyä vaan tekevät sitä vain väliaikaisesti. Siksi en pidä tärkeänä paneutua erilaisiin yrittäjyyden tai verotuksen muotoihin tämän opinnäytetyön puitteissa.

2 Opiskelijoilta oikea suunta tutkielmalle

Prosessin alkuvaiheessa valitsin tutkittavat aiheet omiin kokemuksiini perustuen. Halusin kuitenkin varmistaa, ettei tutkielmani näkökulma jää liian subjektiiviseksi. Uskoinkin saavani tutkimuskysymykseen parhaiten vastauksen kartoittamalla ensin, millaista tietoa opiskelijat kokemuksiensa mukaan tarvitsevat.

2.1 Tietoa opiskelijoilta kyselytutkimusta hyödyntäen

Päätin hankkia aineistoa opiskelijoiden ongelmista kysely- eli survey-tutkimuksen keinoja soveltaen. Kyselytutkimuksessa valikoidulle joukolle esitetään samat kysymykset, jolloin vastauksia on mahdollista vertailla ja analysoida ja näin saada tietoa esimerkiksi olemassa olevista ilmiöistä, ongelmista tai käytänteistä (Anttila 2006, 260). En kuitenkaan etsinyt kyselyllä varsinaista tutkimustietoa vaan vain suuntaviivoja varsinaiselle tutkielmalleni. Hain muutamilla avoimilla kysymyksillä kevyttä laadullista aineistoa. Päädyin tähän ratkaisuun, koska en tarvinnut opiskelijoilta kovin syvällisiä vastauksia. Halusin kartoittaa, mitkä asiat ovat tuottaneet heille ongelmia freelance-projekteissa tai mistä tähän liittyvästä asiasta he haluaisivat lisätietoa.

Päätin toteuttaa kyselyn sosiaalisessa mediassa Facebookia hyödyntäen. Minulla on sitä kautta yhteys lukuisiin alan opiskelijoihin ja vastavalmistuneisiin, ja arvelin saavani tutuilta vastaajilta hyvän vastausprosentin. Lähetin valitulle ryhmälle yksityisviestit, joissa selitin kyselyn tarkoitusta ja taustoja ja pyysin vastaamaan lyhyesti viiteen muodostamaani kysymykseen. Kyselykysymysten on oltava mahdollisimman lyhyt ja selkeä kokonaisuus, jotta vastaaminen on helppoa ja vaivatonta (Anttila 2006, 261). Olisi ollut turhaa järjestää esimerkiksi ryhmähaastattelutapaaminen, sillä halusin saada mieluummin monipuolisen kuvan opiskelijoiden erilaisista ongelmista, en niinkään syventyä yksittäisten opiskelijoiden tilanteisiin tarkemmin. Näin minun ei myöskään tarvinnut huolehtia vastausten dokumentoinnista, vaan sain ne suoraan tietokoneelle auki kirjoitettuina.

Kysymykset valmistelin omiin freelance-kokemuksiini sekä lähdekirjallisuudesta tärkeiksi nousseisiin asioihin perustuen. Tein vain muutamia kysymyksiä, jotta vastaaminen olisi helppoa ja kynnys matala. Kysymysten avoimella rakenteella halusin varmistaa, etten sulje pois mitään mielenkiintoista uutta näkökulmaa. Alla lopulliset kysymykset:

1. Minkälaisten ongelmien tai yllätysten eteen olet joutunut graafisen suunnittelun tai kuvituksen työtä freelancerina tehdessäsi? (Esim. hinnan määrittely vaikeaa, sopimus on puutteellinen tai puuttuu kokonaan - tai jotain ihan muuta?)
2. Millä tavoin ongelma olisi ollut ennaltaehkäistävässä?
3. Kun työskentelet freelance-toimeksiannon parissa, millaiseksi koet vuorovaikutuksen asiakkaan kanssa? (Esim. onko se ärsyttävää, mukavaa, jännittävää, kauheaa...?) Miksi?
4. Mitä neuvoja haluaisit saada freelance-työskentelystä kokeneelta graafikolta?
5. Mitä neuvoja haluaisit saada paljon freelancereiden kanssa työskentelevältä tilaajalta?

Koska en tehnyt varsinaista kyselytutkimusta, vaan vain hyödynsin sitä menetelmänä, kyselyllä on mahdollista saada pintapuolista, kokemuksiin perustuvaa tietoa. Saamani aineisto ei siis ole yleistettävää dataa mutta antaa minulle tarpeeksi tietoa tutkielmani tarpeisiin. Uskon, että saamani tieto on luotettavaa, sillä opiskelijat saivat omin sanoin kuvailla kokemuksiaan. Näin ollen vastausten tulkinta on helppoa, kun vastauksia ei ole pakotettu sopimaan esimerkiksi valmiisiin vastausvaihtoehtoihin.

Vastauksiin perustuen päätin haastatella kahta asiantuntijaa, jotka antoivat vuosien työkokemukseensa nojaten kattavat vastaukset opiskelijoilta nousseisiin kysymyksiin. Haastatteluja avaan luvussa 5. Lisäksi kirjallisuuskatsaukseni teemat ja opinnäytetyöni lopullinen raja-alue saivat raamit kyselytulosten pohjalta.

2.2 Opiskelijakyselyn tulokset

Ryhdyin avaamaan kyselytuloksia sisällönanalyysin keinoja soveltaen. En kuitenkaan vienyt analyysiä kovin syvälle, sillä varsinainen tutkimusaineistoni koostuu asiantuntija-haastatteluista ja kirjallisuuskatsauksesta. Sisällönanalyysi on tutkimusmenetelmä, jota voidaan soveltaa niin kvantitatiivista kuin kvalitatiivistakin aineistoa analysoitaessa (Anttila 2006, 292). Sisällönanalyysiä apuna käyttäen tietoa voidaan jäsentää luokittelemalla ja näin tehdä päätelmiä, löytää näkemyksiä ja piileviä seikkoja tutkimusaineistosta. Sisällönanalyysiä tehtäessä aineistoa luokitellaan objektiivisesti ja systemaattisesti. Luokittelutyyppit nousevat aineistosta luontevasti esiin: tarkoitus ei siis ole pakottaa aineistoa luokkiin. (Anttila 2006, 292-293.)

19 henkilön ryhmästä 13 vastasi kyselyyn. Mielestäni tällaisen taustatiedon karkeaan kartoitukseen vastauksia saatiin riittävästi. Ryhmittelin ensin kunkin kysymyksen kaikki vastaukset yhteen. Sitten luokittelin vastaukset niin, että kaikki samaa teemaa käsittelevät vastaukset muodostivat teemakokonaisuuden.

Vastauksissa selkeästi tärkeimmiksi teemoiksi nousivat hinnoittelu ja sopimuksen tekeminen. Hinnoittelun ongelmia oli muun muassa se, ettei aloittelija tiedä oman työnsä arvoa. Opiskelijat kokivat, että opiskelijatyön hinnan pitäisi olla alhaisempi kuin ammattilaisen olematta liian korkea tai toisaalta matala. Epävarmuutta ilmeni siinä, miten opiskelija voi siirtyä niin sanotusta opiskelijahinnasta ammattilaistyön hintatasolle. Toisaalta opiskelijoilla oli myös vaikeuksia puolustaa pyytämäänsä palkkiota, mikäli asiakas koki sen liian suureksi. Rahaongelmia aiheuttivat myös puutteelliset tai kokonaan puuttuvat sopimukset: esimerkiksi korjauskierrosten määrästä ei ollut sovittu ennalta, mikä projektin paisuessa aiheutti laskutusvaiheessa ongelmia asiakkaan kanssa. Rahasta puhuminen koettiin ylipäättään vaikeaksi, etenkin kun monella tilaajalla oli ollut aivan väärä käsitys alan hintatasosta. Moni oli epävarma siitä, kannattaako työ hinnoitella tunti- vai projektilaskutusperiaatteella. Projektilaskutuksen ongelmana oli, että opiskelijoiden oli vaikea arvioida, paljonko työtunteja kuluu mihinkin työhön. Lisäksi ei tiedetty, paljonko kaikkeen muuhun kuin varsinaiseen graafiseen suunnitteluun pitäisi varata työaikaa. Joku kyseli myös, mikä on sopiva laskutustapa ja –ajankohta suunnitteluprojektissa.

Sopimuksen ja palkkion muodostama kokonaisuus vaikutti olevan suurin kompastuskivi opiskelijoiden freelance-toissa. Opiskelijat kokivat, että vaikka edellisen projektin virheistä oli opittu, seuraavassa eteen tuli taas uusia ongelmia, joita ei ollut osattu ennakoita. Jollekin vastaajista Grafia ry:n toimeksiantosopimus oli tuttu, mutta aloittelijalle se tuntui liian viralliselta käytettäväksi. Korjauskierrosten liiallinen määrä oli opiskelijoiden yleisimpiä ongelmia. Siitä, montako korjauskierrosta hintaan kuuluu tai mihin ajankohtaan mennessä korjausten tulee olla tehtyinä ei ollut sovittu ennalta. Aikataulujen venyminen oli ylipäättään aiheuttanut ongelmia, eikä sitä ollut osattu huomioida sopimuksessa.

Kolmanneksi selkeäksi teemaksi kyselyvastauksista nousi asiakkaiden heikko tuntemus graafisesta suunnittelusta alana. Koettiin, etteivät asiakkaat ymmärrä, mitä suunnittelijalta pyytävät. Opiskelijoista tuntui, että asiakkaalle pitää heti aluksi opettaa koko

prosessin kulku ja selventää, mitkä vaiheet ovat työläitä ja mikä on viimeinen ajankohta muutoksille. Muutoin syntyi ongelmia. Moni opiskelija oli saanut vaadittavan aineiston myöhässä, eikä asiakas ollut ymmärtänyt tämän vaikutusta sovittuun aikatauluun. Koettiin, että omaa etua on valvottava taukoamatta. Lisäksi opiskelijoista tuntui raskaalta, kun asiakas puuttui liikaa varsinaiseen suunnittelutyöhön eikä arvostanut opiskelijan näkemystä alansa erikoisosaajana.

Juuri kukaan opiskelijoista ei ollut kiinnostunut saamaan lisätietoa verotuksesta, kirjanpidosta tai yrittäjyydestä yleensä. Yksi koki tarpeelliseksi sen, että opintojen aikana sivuttaisiin freelancer-verokorttia ja laskutusta. Vastaajien joukossa ollut kokeneempi freelancer koki verotuksen toiminimiyrittäjyyden yllättävimmäksi aspektiksi. Veroja täytyi maksaa paljon, ja ALV oli tuntunut hankalalta. Hän oli myös käyttänyt tuttavaa alihankkijana tietämättä tämän kuuluneen ennakoperintärekisteriin. Kyseinen opiskelija painotti, että alihankkijat on aina tarkistettava ytj.fi-palvelusta.

Vuorovaikutus asiakkaan kanssa koettiin yhtä lailla jännittäväksi ja hankalaksi kuin innostavaksi ja mukavaksikin. Hankalaksi asiakkaan kanssa työskentely koettiin lähinnä silloin, kun asiakas ei oikein tiedä, mitä haluaa. Lisäksi muutama opiskelija jännitti, osaako tehdä työprosessin kaikki vaiheet ammattimaisesti. Työskentely koettiin mukavaksi silloin, kun asiakas osaa esittää asiansa suoraviivaisesti ja sopimus on helposti ymmärrettävä. Muutama opiskelija koki mukavaksi ja innostavaksi tutustumisen uusien asiakkaiden kanssa. Yksi opiskelija koki asiakkaan kanssa olemisen vaikeaksi, sillä hänestä oli vaikeaa myydä asiakkaalle omia ideoitaan.

Kyselyn lopussa kysyttiin, mitä neuvoja opiskelijat haluaisivat saada freelance-työskentelystä kokeneelta graafikolta. Jo edellä mainitut palkkio-, sopimus- ja asiakasteemat tulivat jälleen ilmi. Niiden lisäksi opiskelijat miettivät, mistä ja millaisella portfoliolla asiakkaita saadaan. Kysyttiin, miten asiakkaan kanssa toimitaan esimerkiksi palaverissa ja miten asiakassuhdetta ylläpidetään. Opiskelijat miettivät, mitä tulisi kysyä ennen työhön ryhtymistä, paljonko luonnoksia kannattaa näyttää sekä kuinka kauan perussuunnittelutöihin kuluu aikaa. Joku pohti, miten olla stressaamatta freelance-työn vaihtelevasta työmäärästä huolimatta.

Paljon freelancereiden kanssa työskentelevältä tilaajalta haluttiin kysyä, mitkä asiat vaikuttavat freelancerin valintaan. Tärkeäksi kysymykseksi nousi, miten yhteistyö asiakkaan kanssa sujuisi mahdollisimman mutkattomasti. Lisäksi mietittiin, millaisia on-

gelmia tilaajalla on ollut freelancereiden kanssa. Joku pohti, voisiko freelancerin ottaa projektiin jo aikaisemmin mukaan.

3 Freelance-työn kulmakiviä

Graafinen suunnittelu on alana murroksessa: yritysten käyttöön on syntynyt uusia markkinointikanavia digitalisoitumisen myötä. Digitaalisessa ympäristössä saavutettujen tulosten seuranta on helppoa, mikä on puolestaan muokannut alaa entistä enemmän tuloshakuihin suuntaan. Nopeatempoisella ja alati kehittyvällä alalla mainos- ja suunnittelutoimistot pyrkivät vastaamaan asiakkaan tarpeisiin muuttamalla itse joustavammiksi. Freelancerien käyttö antaa suunnittelutoimistolle vapauden reagoida nopeasti erilaisten työtilanteiden vaatimuksiin, sillä se ei edellytä toimistolta sitoutumista ja kustannuksia perinteiseen palkkatyöntekijään verrattuna. Samalla suunnittelutoimisto voi tarjota laajempaa osaamista asiakkaalleen, kun erityisosaajia on mahdollista käyttää kunkin projektin tarpeen mukaan. (Melder & Perry 2004, 25.)

3.1 Freelance-työn ominaispiirteitä

“Freelancer tarkoittaa työntekijää, joka tekee työtä toimeksiannoista. Hänellä voi olla yksi tai useampia asiakkaita. Hän voi työskennellä freelance-verokortilla, yrittäjänä tai osuuskunnassa.” (Hemming, 2012.) Jokinen (2009, 8) puolestaan määrittelee teoksessaan Graafikon tuoreet eväät freelancereiksi sellaiset luovan alan henkilöt, jotka työllistävät itsensä ilman palkkatyötä. Opinnäytetyössäni käytän freelancer-käsitettä sikäli löyhästi, että työni käsittelee aloittelevia tekijöitä, jotka eivät vielä elätä itseään freelance-työskentelyllä. He kuitenkin työskentelevät alan tehtävissä silloin tällöin ilman työsuhdetta ja lukeutuvat näin freelancerin määritelmään. Freelance-työlle tyypillistä ovat siis vaihtuvat, useat tai epäsäännölliset asiakkaat. Käytän asiakkaasta opinnäytetyössäni myös termejä tilaaja sekä toimeksiantaja. Kaikilla tarkoitan kuitenkin samaa asiaa: henkilöä tai tahoa, jolle freelancer tekee töitä olematta tähän kuitenkaan välttämättä työsuhteessa. Itse olen työskennellyt opintojeni ohella freelancerina sekä yksittäisissä pikkuprojekteissa eri tilaajille että eräälle neljästi vuodessa ilmestyvälle lehdelle jatkuvassa toimeksiannossa. Välillä sama asiakas ottaa uudelleen yhteyttä uuden projektin tiimoilta, joskus työt jäävät yksittäisiksi keikoiksi.

Tavallinen palkansaaja huolehtii työsuhteessa annetuista työtehtävistä, ja työnantaja huolehtii työntekijästään. Freelancer tavallaan edustaa kumpaakin osapuolta. Jos freelance-työ ei ole entuudestaan tuttua, siihen ei välttämättä osata suhtautua tai sen ja palkkatyön välinen ero jää hämäräksi. Todellisuudessa freelancer vastaa ihan kaikesta työssään: niin asiakkaiden hankinnasta, omasta työskentelystään kuin asiallisesti hoidetusta paperityöstäkin. (Jokinen 2009, 8.) Freelancerin työ on haastavaa: deadlineet painostavat ja vaativat kovaa järjestelmällisyyttä itsenäisessä työskentelyssä. Vastapainona työ voi olla äärimmäisen palkitsevaa. Freelancer saa valjastaa ydinosaamisensa ja lahjakkuutensa käyttöön ja työskennellä vapaasti valikoitujen toimeksiantojen ja asiakkaiden parissa. (Melder & Perry 2004, 32.) Freelance-työ mahdollistaa joustavuudessaan erilaiset, kiinnostavat työtehtävät tai työskentelyn esimerkiksi opintojen ohella osa-aikaisesti.

Lisähaastetta luovan alan freelancerin työnkuvaan tuo myytävän palvelun abstrakti luonne. Yritykselle graafisen suunnittelun projekti on hankintana haasteellinen, sillä työ on suurelta osin näkymätöntä (Jokinen, 2012, 6). Vain lopputuotteella on selkeästi näkyvä muoto. Hankinnan kohteena onkin tämä konkreettinen lopputuote, vaikka työhön sisältyy laaja skaala visuaalisten ja viestinnällisten ongelmien ratkaisuja. (Jokinen, 2012, 6.) Valitettavasti freelancerit joutuvat jatkuvasti perustelemaan esimerkiksi palkkionsa määrää työnantajalle, joka ei välttämättä ymmärrä suunnittelutyön monia ulottuvuuksia (Jokinen 2009, 50). Tähän tilanteeseen nopein apu on freelancerin omissa käsissä: mikäli hän itse tuntee alansa ja tietää, mistä osasista palkkio muodostuu ja mihin tilanteisiin on varauduttava, hän osaa ilmaista nämä asiat myös tilaajalle heti yhteistyön alkaessa. Asiakkaan taas on helpompi hyväksyä suureltakin tuntuva lasku, kun työn eri vaiheet on eritelty jo projektin alussa eikä laskun loppusumman muodostumisen perusteita tarvitse arvailla.

3.2 Apua, asiakas

Koko opintojeni ajan olen ollut hyvin tietoinen siitä, että portfolioon on tärkeää saada täytettä. Tuo täyte taas ei ole kovin uskottavaa ennen kuin joukossa on oikeita asiakastöitä. Asiakasta kaivataan siis kipeästi jo ennen valmistumista - mutta kun sellainen osuu kohdalle, voi graafikonalkuun iskeä paniikki. Mitä asiakkaalle kuuluu sanoa ja miten?

3.2.1 Yhteinen kieli hukassa

Graafinen suunnittelu on Suomessa valitettavasti melko sisäänpäin kääntynyt ala. Moni asiakas ei tiedä, mitä kaikkea graafinen suunnittelu oikeastaan pitää sisällään. Myös suunnittelijan on tehtävä ensin itselleen selväksi, mitä graafinen suunnittelu on. Sitten hän voi tarpeen tullen opastaa myös asiakasta. (Grafia ry 2004, 52.) Aloittelevan freelance-graafikon eteen voikin tulla monenlaisia töitä erilaisilta tilaajilta. Joskus asiakas on tottunut freelancerin kanssa työskentelyyn, ja siksi työt voivat sujua helpommin. Toisaalta yhtä usein, etenkin graafikko-opiskelijan kohdalla, myös tilaaja on aloitteleva ja kokematon henkilö tai yritys. Kummassakin tapauksessa yhteisen kielen löytäminen ja molemminpuolinen ymmärrys siitä, mitä ollaan tekemässä, on ensiarvoisen tärkeää.

Koulumaailmassa graafisen suunnittelun arviointi on hitusen vääristynyttä, sillä tehtyjä ratkaisuja arvioimassa ovat useimmiten vain alan opettajat ja opiskelijat, ei asiakas. Arviointikriteerit edustavat suunnittelijoiden näkemystä, ja opiskelijat perustelevat valintojaan toisilleen tutulla alan kielellä ja yhteiset näkemykset jakaen. Koulu ei siis välttämättä valmenna tarpeeksi graafikkoa kommunikoimaan asiakkaan kanssa asiakkaan kielellä. Jos asiakkaan näkökulmaa ei opi koulussa huomioimaan, perusteltujen valintojen teko voi olla vaikeaa, tai niitä ei osata esittää asiakkaalle ymmärrettävällä tavalla. Pahimmillaan voi käydä niin, että graafikon ammattilaisen näkemys hukkuu asiakkaan mielipiteen alle. Tuolloin jää merkityksettömäksi se, oliko suunnittelijan mielipide todellisuudessa perustellumpi kuin tilaajan. (Grafia ry 2004, 53.)

Koulu antaa opiskelijalle hyvät ammattilaisen valmiudet, mutta nähdäkseni moneen työelämän vaatimukseen opiskelijan on itse osattava etsiä toimintatapoja. Joskus työtilaisuus tulee eteen odottamatta ja opiskelijan valmiudet ammattimaiseen suoritukseen ovat koetuksella. Kokemuksieni mukaan moni opiskelijan ensimmäisistä suunnittelutöistä tulee hänelle oppilaitoksen tai tuttavapiirin kautta. Jos keikkaa tarjotaan opiskelijalle, eli se tulee hänelle yllätyksenä, voi opiskelijan olla vaikeaa osata yhtäkkiä toimia järjestelmällisesti ja ammattimaisesti. Työhön asiakkaan kuin asiakkaan kanssa ryhtyessä on kuitenkin hyvä ymmärtää, millaisia odotuksia graafikolle yleensä asetetaan, ja millaiset piirteet ovat alalla haluttuja (Melder & Perry 2004, 26). Vastuuntuntoisuus ja kurinalaisuus ovat avaintekijöitä freelance-työssä menestymiseen (Melder & Perry 2004, 26).

3.2.2 Yhteistyö askel askeleelta

Freelancerin lähestyessä asiakasta kannattaa aina panostaa taustatutkimukseen. Näin freelancer takaa, että tuo omassa osaamisessaan juuri asiakkaan kannalta olennaimmat osaamisalueet esille. Sen lisäksi kannattaa ylipäättään pitää itsensä ajan tasalla koko alan ilmiöistä. Tällöin graafikko antaa itsestään kuvan ammattilaisena, joka todella hallitsee alansa. (Melder & Perry 2004, 41.) En kuitenkaan tässä opinnäytetyössä paneudu syvemmin toimeksiantojen metsästykseen. Tutkielmani lähtökohta on, että freelancerille on tarjottu työkeikkaa, ja sen ammattimaiseen suorittamiseen esitellään apukeinoja ja tärkeää tietoa.

Miten vain freelancer on toimeksiantonsa saanut, seuraavat askeleet ovat yhtenevät. Aivan aluksi asiakas siis kertoo, mitä haluaa suunnittelijan tekävän. Tästä selostuksesta voidaan käyttää nimitystä tilaajan brief (customer brief). Tässä vaiheessa sopimuksen ja työskentelyn kannalta tärkeät seikat on jo hyvä käydä läpi. Näihin kuuluvat työn tavoite, aikataulu ja hinta. Lisäksi esimerkiksi mahdolliset painokustannukset kannattaa ottaa puheeksi jo tässä vaiheessa. Hinnasta kannattaa aina keskustella, vaikka asiakas olisi ennestään tuttu. Työ voi sisältää erilaisia vaiheita kuin aiemmat yhteiset projektit, eikä kannata olettaa asiakkaan tuntevan kaikkia graafisen suunnittelun työvaiheita. Esimerkiksi logon hinnasta asiakkaalla voi olla aivan eri käsitys kuin suunnittelijalla, koska näennäisesti kyse on pienestä työstä. Palkkion määrittelyä avataan enemmän luvussa 3.4.

Seuraavaksi kannattaa laatia sopimus. Etenkin opiskelijasta kirjallisen sopimuksen tekeminen saattaa tuntua kovin viralliselta ja siksi vaikealta. Mitä enemmän olen työkokemusta kartuttanut, sitä paremmin olen kuitenkin sopimuksen tärkeyden ymmärtänyt. Sopimusta ei tarvitse tai kannatakaan keksiä kokonaan itse, vaan apuna voi käyttää esimerkiksi Grafia ry:n valmista toimeksiantosopimusta. Sopimuksia käsitellään tarkemmin luvussa 4.2. Myös briefiin palaaminen ja sen tarkentaminen ovat paikallaan sopimuksen laatimisen yhteydessä, jotta todella tiedetään, mistä sovitaan. Briefin käsitteeseen paneudutaan luvussa 3.3.

Vaikka suunnittelutyössä on nyt päästy alkuun, ei se tarkoita asiakkaan kanssa yhteydenpidon lakkaamista. Suunnittelijan on todella tärkeää esitellä ideoita ja luonnoksia saadakseen asiakkaalta palautetta (Hembree 2006, 52). Luonnokset eivät välttämättä kuitenkaan ole edustavaa esiteltävää, tai jos ne ovat muodoltaan mutkikkaita, niitä voi olla hankala hahmottaa. Hyväksynnän saamiseksi graafikon kannattaa auttaa asiakas-

ta näkemään luonnoksen potentiaali esittelemällä se siististi, väreissä ja mahdollisesti joko konkreettisesti tai digitaalisesti mallinnettuna (Hembree 2006, 52). Jos kalliit tuloskulut ja aikaa vievä askartelu ahdistavat, kannattaa tutustua Internetistä löytyviin mallikuviin (mock-ups). Suunnittelutiedoston voi Photoshopin avulla vaivattomasti siirtää lopputuotteen todellista käyttöympäristöä havainnollistavaan kuvaan (kuvio 1). Esimerkiksi julisteluonnos on huomattavasti houkuttelevamman näköinen asiakkaan silmään, kun se esitellään seinälle kehystetyssä huonetaulussa eikä litteänä Illustrator-tiedostona. Asiakas ei ole välttämättä tottunut näkemään suunnittelutiedostoja eikä osaa näin kuvitella niitä todellisessa käytössä.



Kuvio 1.



Esimerkki mallikuvan käytöstä asiakkaalle työtä esiteltäessä (Fuentes 2012).

Kun asiakkaan kommentit on otettu luonnoskierroksella huomioon, valmistellaan pidemmälle viedyt versiot työstä. Suunnittelijan on osattava yhdistää visuaalinen näkemysensä asiakkaan kaupallisiin tarpeisiin, jotta lopputulos tyydyttää kumpaakin osapuolta (Hembree 2006, 52). Tässä vaiheessa Hembree (2006, 52) suosittelee tekemään ainakin kolme käyttökelpoista suunnitelmaa. Näiden tulisi olla vaihtoehtoja toisilleen, ei muunneltuja versioita yhdestä ideasta (Hembree 2006, 55). Lisäksi asiakkaalle ei kannata esitellä yhtään ylimääräistä vaihtoehtoa, sillä liika valinnanvara vaikeuttaa valintaa ja pahimmillaan latistaa kokonaisuutta (Hembree 2006, 52). On myös syytä välttää esittämistä asiakkaalle sellaista versiota, josta ei itse pidä. Oma suosikki puolestaan kannattaa esitellä ensimmäisenä. Tarvittaessa omaan ammattitaitoon nojaten voidaan auttaa asiakasta päätöksenteossa. (Hembree 2006, 55.)

Opiskelijan voi olla hankalaa näyttäytyä itsevarmana asiakastapaamisessa. Huolellinen valmistautuminen tapaamiseen on tässä avuksi. Graafikon rooli tapaamisessa on olla erikoisosaaja, joten omaa ajatteluprosessia ja mielipiteitä kannattaa tuoda julki (Hem-

bree 2006, 55). Kuten millä tahansa alalla, presentaatiossa puheen selkeys ja huolellisesti valmisteltu kokonaisuus antavat hyvän vaikutelman (Hembree 2006, 55). Kannattaa muistaa, että palavereja pidetään juuri palautteen saamiseksi asiakkaalta, eli korjauksista ja muutoksista ei pidä loukkaantua.

3.3 Briefit ja niiden tärkeys

Jokaisessa työtehtävässään freelancer on oman projektinsa päällikkö ja vastaa sen kaikista vaiheista. Työskentelyn tulisi siis olla määrätietoista, selkeää ja perusteltua. Tässä suurena apuna toimivat briefit. Brief on asiakkaan ja graafikon välisen viestinnän väline, jolla määritellään, millaiset raamit suunnitteluprojektilla on ja mitkä muuttujat on osattava ottaa huomioon (Hembree 2006, 46). Tässä opinnäytetyössä termillä brief viitataan yhteistyökumppanin perehdyttämiseen, joka voi tapahtua joko tapaamisessa tai kirjallisen dokumentin muodossa.

Tilaajan brief on yleensä tapaaminen, joka pidetään yhteistyön alkaessa ja jossa suunnittelija perehdytetään tilaajan taustoihin ja työn tavoitteisiin (Jokinen 2012, 23). Pienissä toimeksiannoissa brief voi olla myös esimerkiksi sähköpostiviesti. Joskus tilaaja osaa suoraan antaa tarvittavat tiedot työstä ja freelancer voi aloittaa työskentelyn heti (Rees 2014, 66). Voi myös olla, että freelancer joutuu kysymään pitkän listan tärkeitä yksityiskohtia päästäkseen työskentelyssä alkuun (Rees 2014, 66). On graafikon vastuulla huolehtia, että hän saa asiakkaalta kaikki tarvittavat tiedot suunnittelutehtävän ratkaisemiseksi. Tarvittaessa graafikko voikin ohjata asiakasta oikeaoppisen briefin laatimisessa. (Hembree 2006, 46.) Monella graafikolla onkin oma kysymyslista, jonka lähettää asiakkaalle uuden projektin alussa.

3.3.1 Luova brief – apuna suunnitteluprosessissa

Kun suunnittelija on saanut tarvittavat tiedot, on luovan briefin (creative brief) aika. Tämä on toinen tapaaminen tai dokumentti, jossa suunnittelija esittelee ajatuksensa ja perustelunsa suunnittelutyön ratkaisusta. Luovassa briefissä on tarkoituksena, että suunnittelija on tehnyt valintoja asiakkaan briefin tarkasti huomioiden ja nyt kertoo asiakkaalle, miten toteutus tullaan tekemään. Suunnittelijalla on yleensä muutamia vaihtoehtoja, joista asiakas saa valita mieleisensä. Tässä työvaiheessa on tärkeää keskustella asiakkaan kanssa avoimesti ja kriittisesti, jotta muutoksilta myöhemmissä työvai-

heissa välttyttäisiin. (Jokinen 2012, 26.) Kuvio 2 havainnollistaa eri työvaiheiden ja briefien suhdetta suunnitteluprosessin aikana.

Suunnitteluprosessin vaiheet Marja Seliger



Kuvio 2. Suunnitteluprosessin vaiheet. (Jokinen 2012, 24.)

Itse opin briefeistä ollessani vaihto-oppilaana Kanadassa Vancouverissa Kwantlen Polytechnic Universityssa Graphic Design for Marketing -koulutusohjelmassa. Arvostetun koulutusohjelman opettajat alleviivasivat briefin tärkeyttä jokaisen projektin kohdalla:

luovassa työssä tehdään usein valintoja intuitiolla. Briefin miettiminen huolella eliminoi mielivaltaiset, harkitsemattomat ratkaisut, joita myöhemmin on mahdotonta ammattilaisena perustella työn tilaajalle. Briefit tehtiin aina kirjallisina. Kunnolla laadittu brief varmistaa yhteistyön alusta alkaen, että kaikki osapuolet ovat yhteisymmärryksessä projektin tavoitteista ja vaiheista. Kun asiat on kirjoitettu auki, on graafikon helpompi perustella valintojaan niin itselleen kuin asiakkaallekin, sillä brief toimii muistuttajana projektin tarkoituksesta ja tavoitteista. Suunnittelutyö on onnistunutta ainoastaan silloin, kun se saa aikaan haluttuja tuloksia (Melder & Perry 2004, 25).

3.3.2 Luovan briefin sisältö

Mitä luovan briefin sitten tulisi sisältää? Luovan briefin sisältö ja muoto voivat vaihdella tehtävästä ja tekijästä riippuen. Hembree (2006, 47) esittelee kahdeksankohtaisen listan kysymyksiä, joihin luovassa briefissä ainakin tulisi vastata:

1. Yleiset tekijät – kuten budjetti, aikataulu ja tarvittut tuotteet/palvelut
2. Suunniteltava tuote – mitä tarkalleen ollaan luomassa?
3. Yrityksen yleiskatsaus
4. Lista suunnittelu- ja liiketoiminnan tavoitteista – mitä tilaaja yrittää saavuttaa tilatun tuotteen/palvelun avulla?
5. Kohderyhmä ja sen demografiset tiedot
6. Tuotteen/palvelun ainutlaatuiset piirteet – miksi kohderyhmä valitsisi juuri tämän eikä kilpailijan tuotetta?
7. Kilpailijat
8. Luova näkökulma – mitä visuaalista ongelmaa ratkaistaan ja miten?

Ensimmäisenä luovassa briefissä tulisi esitellä yleiset tekijät, jotka tilaajan briefissä on määritelty: budjetti ja aikataulu asettavat raamit työskentelylle (Hembree 2006, 47). Aikataulusta sopiessa on tärkeää muistaa omat mahdolliset muut työt. Kannattaa siis jättää pelivaraa, jotta asiakkaan deadlineen päästään varmasti. Aikataulun suunnittelussa myös hyvä huomioida työn eri vaiheet: esimerkiksi materiaalien toimittamiselle graafikolle kannattaa olla sovittu aikaraja. (Grafia ry 2004, 58.) Hembree (2006, 46) suosittelee yksityiskohtaisen aikataulun laatimista. Prosessin eri vaiheiden vaatimat työajat ja mahdolliset välideadlinet on hyvä havainnollistaa visuaalisesti projektin osapuolille (Hembree 2006, 46).

Toiseksi tulee miettiä, mihin ongelmaan ollaan etsimässä ratkaisua. Näin voidaan päättää, millaisen lopputuotteen asiakas tarvitsee. Kolmas vaihe on yrityksen kevyt esittely: millä alalla, kuinka kauan ja missä sijainnissa yritys toimii. Lisäksi sovitaan, kuka yrityksessä on graafisen suunnittelijan yhteyshenkilö. (Hembree 2006, 47.) Tämä on jouhevan työskentelyn kannalta hyvin tärkeää. Graafikko saa nopeasti vastauksia mahdollisiin kysymyksiinsä, minkä lisäksi työn eri vaiheiden hyväksyttäminen tilaajalla on mutkatonta. Työskentelystä tulee hidasta ja hankalaa, jos koko yrityksen jäsenet antavat mielipiteensä jokaisesta työvaiheesta. Parasta työskentelyn kannalta on, jos yhteyshenkilöllä on valta päättää projektin ratkaisuisista.

Neljäntenä Hembree (2006, 47) avaa listassaan tehtävän tavoitteet, eli mitä asiakas haluaa saada aikaan tilatulla työllä. Tämä kohta on tärkeää pitää mielessä koko projektin ajan. Se, mitä halutaan saada aikaan, määrää keinot tavoitteeseen pääsemiseksi. Seuraavaksi, viidennessä kohdassa, Hembree (2006, 47) määrittelee työn kohderyhmän. Demografisen määrittelyn lisäksi mietitään, millainen visuaalinen kieli puhuttelee tätä ryhmää (Hembree 2006, 47). Kohderyhmää määriteltäessä graafikon on huolehdittava siitä, että raja-alue on riittävän tarkka. Työn tavoitteen tiedostaminen auttaa päättämään, kuinka tiukasti raja-alue on tarpeen tehdä - kenet halutaan tavoittaa ja millä intensiteetillä?

Kohdassa kuusi pohditaan, mitkä piirteet tekevät tuotteesta tai palvelusta ainutlaatuisen (Hembree 2006, 47). Tässä määritellään siis Unique Selling Proposition, USP. Monesti USP:n määrittely on hyvin haastavaa - maailma on täynnä yrityksiä, jotka tarjoavat samankaltaisia palveluja. Toisaalta juuri siksi USP:n löytäminen on niin tärkeää. Miten saadaan asiakas valitsemaan juuri tämä tuote kilpailevan tuotteen sijaan (Hembree 2006, 47)? Seuraavaksi, kohdassa seitsemän, tehdäänkin kevyt kilpailija-analyysi. On äärimmäisen tärkeää tietää, millaisia yrityksiä tai tuotteita samoilla markkinoilla on ja miten he ovat kohderyhmää lähestyneet. (Hembree 2006, 47.)

Vasta viimeisenä Hembreen (2006, 47) listalla on luova näkökulma. Tähän asti on siis määritelty sellaiset tekijät, jotka on otettava suunnittelussa huomioon, mutta joihin graafikko ei voi suoraan vaikuttaa. Jäljelle jäänyt liikkumapaikka on ikään kuin graafikon pelikenttä, ja siellä hänen on päätettävä, millä keinoilla visuaalinen ongelma saadaan ratkaistuksi (Hembreen 2006, 47.)

Pienissä kuvitus- tai graafisen suunnittelun projekteissa kirjallista briefiä ei monesti laadita eikä asiakasta tavata välttämättä lainkaan kasvotusten. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, etteikö briefiä kannattaisi tehdä. Graphic Design for Marketing -opintojeni aikana jokainen koulun graafisen suunnittelun tehtävä aloitettiin kirjallisen briefin laatimisella oman työskentelyn tueksi. Briefit huomioitiin arvioinnissa, ja niihin palattiin pitkin projektin etenemistä. Näin saimme hienoa valmennusta työelämän varalta. Briefistä on hurjasti apua niin pienen kuin isonkin projektin ammattimaisessa loppuunsaattamisessa.

3.4 Palkkion määrittelyn perusteita

Moni tekee graafista suunnittelua intohimosta. Tehdystä työstä pitäisi kuitenkin saada myös kohtuullinen palkka. Hinnoittelu on perusasia - ammatissa kuin ammatissa - mutta luovalla alalla sen tekevät haastavaksi alan monimuotoisuus ja tekijöiden sekä asiakkaiden erilaiset lähtökohdat (Jokinen, 2009, 42). Kokemus tuo varmuutta vähintään yrityksen ja epäonnistumisen kautta, mutta aloittelijalla ei arvokasta alan työkokemusta vielä ole. Siksi on hyvä lähteä liikkeelle laskemalla työnsä sellainen hinta, jonka puitteissa työmäärän suhde korvaukseen on sopiva (Jokinen, 2009, 42). Hinnoittelu on tuntunut minusta aina työn vaikeimmalta tehtävältä. Sen pelko kuitenkin helpottuu hienman, kun perehtyy hinnoittelun perusteisiin kunnolla. Tällöin asiakkaallekin on helpompi selittää, kun tämä ihmettelee laskun suuruutta.

3.4.1 Palkkio koostuu monesta

Graafisen suunnittelijan täytyy huomioida, että kaikki työprosessin vaiheet sisältyvät työaikaan. Palaverit ja sähköpostikeskustelut, luonnostelu, skannaus ja kuvankäsittely, painokuntoisen materiaalin tuottaminen ja mahdolliset korjaukset ovat kaikki asianmukaisia työvaiheita. (Suomen freelance-journalistit 2013a.) Aivan ensimmäisissä freelance-töissäni olin todella nöyrä hinnoittelun suhteen. Laskutin koko projektin pienellä kertamaksulla, mutta jälkeenpäin ajatellen työtuntini hinta jäi kovin vähäiseksi. Myöhemmin olen lähestynyt asiaa laskemalla itselleni tuntipalkan ja lähettänyt asiakkaalle projektin alussa arvion työhön kuluva ajasta. Jokinen (2012, 22) hahmottelee sivu- tai kappalehinnan soveltuvan hinnoitteluun sellaisissa taitto- tai piirrostoissa, joiden veloitukset ajankäyttöön perustuen ei ole ammatillisesti katsottuna järkevä toimintatapa. Hin-

noittelua ei kannata perustaa ajankäytölle, sillä joskus hyvän idean löytäminen tapahtuu hetkessä, joskus siinä kuluu aikaa. Lopputuotteen laatu voi silti olla sama. Tuntiveloitusta on yleensä hyvä käyttää lähinnä korjauksiin tai muihin sellaisiin työvaiheisiin, joissa luovan työn osuus ei ole ratkaiseva (Jokinen 2012, 22). Lisäksi graafikon tulisi muistaa veloittaa asianmukainen tekijänoikeuskorvaus, jota avataan lisää luvussa 3.1.

Kun graafikko on päätenyt johonkin tuntipalkkaan, olisi hänen hyvä päättää työskentelylleen tietyt raamit, joiden avulla laskutus on selkeää. Normaalin työajan puitteissa tehty työ veloitetaan normaalin tuntipalkan mukaan, kun taas ylityö voidaan hinnoitella esimerkiksi 1,5-kertaiseksi suhteessa tuntipalkkaan. Asiakkaan kanssa on myös hyvä sopia takaraja aineiston toimittamiselle. Mikäli graafikko saa aineiston myöhässä, on aivan luonnollista laskuttaa ylityöhintaa lisäpinnistyksistä aikataulussa pysymiseksi. Jos projekti veloitetaan kiinteänä summana, kannattaa graafikon selkeästi ilmoittaa, mitä se sisältää. (Grafia ry 2004, 58.) Esimerkiksi palaverien, luonnosten tai korjauskierrosten määrä räjähtää helposti käsiin, jos niistä ei ole ennalta sovittu. Tämä taas tuottaa graafikolle ylimääräistä työtä, jonka hinnasta on todella kiusallista sopia jälkikäteen. Suunnittelijan tulisi muistaa merkata talteen myös matkakulut, lähettikulut, painotyön valvominen ja kaikki muut mahdolliset kulut (Grafia ry 2004, 59).

3.4.2 Hinnoittelu rautalangasta

Suomen freelance-journalistit ry laskee jatkuvasti niin toimittajille kuin muillekin luovan alan freelancereille euromääräisiä hinnoittelumalleja. Graafikoillekin on laskettu oman erilliset toimeksiannot huomioiden. Laskelmat perustuvat alan työehtosopimuksen mukaiseen keskimääräiseen kuukausiansioon, ja ne kertovat, paljonko freelancerin tulisi laskuttaa päästäkseen tähän tulotasoon (Suomen freelance-journalistit ry 2013 a). Graafisen suunnittelijan kohdalla laskelmissa on huomioitu laitteiden ja tietoteknisten taitojen ylläpidon tuottamat kustannukset osaksi veloitettavaa hintaa (Suomen freelance-journalistit ry 2013 a). Kannattaa kuitenkin huomioida, että seuraavat summat eivät ole absoluuttisia ohjeita. Ne antavat kuitenkin graafikolle suuntaa oman hinnoittelun avuksi. Itse koen tämän valtavaksi avuksi omassa hinnoittelussani, sillä palkka-asiat tuntuvat olevan Suomessa lähes tabu. Lisäksi voin rohkeammin vaatia asiallista palkkaa, kun epäluuloiselle asiakkaalle voi tarvittaessa kertoa, mihin alan suosituksiin hintapyyntö perustuu. Oheisessa listassa ovat Suomen freelance-journalistit ry:n (2013a)

laatimat graafisen suunnittelijan, AD:n, taittajan ja kuvittajan hintasuositukset eri medioissa.

Sanoma- ja aikakauslehdistö

- Yleinen tuntiveloitus 81 € /tunti
- Päivän työ 620 euroa.
- Sivukorvaus sekä valmiin sivun uudelleen suunnittelu 81 €/tunti (rutiinityö)
- Verkkosivujen graafinen suunnittelu 81 €/tunti.

Hinnoittelun perusteena on tunti-, sivu- tai kappaleveloitus.

Suuremmissa kokonaisuuksissa työlle voi laskea kokonaistarjouksen.

Art directorin työtä vastaavan suunnittelun tai ulkoasusuunnittelun sekä sivupohjan ja mallisivun eli mastersivun suunnittelun hinnoittelussa tuntikorvauksen tulee olla työn vaativuuden vuoksi yllä mainittuja korkeampi.

Ulkoasusuunnittelun ja toteutuksen hintaan lisätään aina arvonlisävero 24 %.

Logot, vinjetit ja kuvitukset ovat tekijänoikeuden luovutuksina alvittomia. Alv lisätään, jos niitä käytetään mainostarkoitukseen.

Kirjan graafinen suunnittelu

Kirjan graafisen ulkoasun suunnittelun tuntiveloitus 81 € /tunti.

- Kirjan kannen suunnittelu 81 € /tunti.
- Sivupohjan eli masterpohjan suunnittelu 81 € /tunti.
- Sivun graafinen suunnittelu 81 € /tunti.

Uusintapainoksista veloitetaan 50 % alkuperäisestä hinnasta.

Julkaistavasta kirjasta kustantaja tekee graafikon kanssa kustannussopimuksen.

Kuvittaminen

- Kuvitustyön ja käyttöoikeuden tunti hinnat suunnittelu- ja toteutustyölle 81 €/tunti.

Kuvitusta voi myydä myös kappalehinnoilla, jolloin tulee huomioida työn vaativuus, julkaiseva media, kuvan käyttöoikeuksien laajuus sekä sallittu käyttöaika. Kappalehinnat vaihtelevat näistä syistä johtuen suuresti.

Alkuperäisteos on aina tekijän omaisuutta. Sen myyntihintaan lisätään alv 10 %.

Mainostarkoituksiin tehtyjen kuvitusten ja graafiseen suunnittelun hintoihin lisätään alv 24 %.

Lehtikuvitukset ovat arvonlisäverottomia.

Toinen hinnoittelun apuväline on Suomen freelance-journalistit ry:n ja Grafia ry:n Free-työn palkkiolaskuri. Se löytyy Internetistä osoitteesta www.prohostonline.fi/hinnoittelulaskuri. Se laskee syötettyjen kustannusten perusteella, paljonko freelancerin tulee laskuttaa päästäkseen valitsemaalleen vuositulotasolle. En kuitenkaan tässä työssä erittele tarkemmin näitä euromääräisiä malleja, sillä jokaisen graafikon on itse arvioitava kulut, joita freelancerina on laskutettava. Myös freelance-toiminnan laajuus ja yhtäjaksoisuus vaikuttavat siihen, mitä maksuja graafikon tulee

maksaa. Tärkeintä on löytää työlleen sellainen hinta, johon on itse tyytyväinen ja joka on kohtuullinen kaikille osapuolille. Tarvittaessa kannattaa etsiä lisätietoa yritystoiminnan muodoista ja velvoitteista. Esimerkiksi Markkinointiviestinnän, -tutkimuksen ja digimedia-alan ammattilaiset MaMa ry on koonnut Internet-sivuilleen www.mamary.fi freelancereille oman tietopakettinsa, jossa avataan freelancerina työskenteleville tärkeitä asioita, muun muassa sosiaaliturvaa.

Pohdin, mihin kohtaan hinnoittelukenttää opiskelija voi itsensä asettaa. Onko hänen kohtuullista pyytää yhtä suurta palkkiota kuin ammattilaisen, joka on toiminut alalla vuosia? Opiskelijalla on valtava paine toimia alaan nähden eettisesti eikä siis suostua työskentelyyn alipalkalla. Samalla halu saada työkokemuksia on kuitenkin kova. Kokeumuksieni mukaan moni tilaaja ei halua tai voi maksaa standardihintoja. Moni ensimmäisistä asiakkaistani on pieniä, aloittelevia yrityksiä, yksityistahoja tai kulttuurijärjestöjä, joilla on hyvin rajallinen budjetti. Tällaisissa tapauksissa voi tuntua kohtuuttomalta pyytää täyttä hintaa.

Alan ammattilaisten kanssa keskustellessa olen saanut käsityksen, että opiskelija voi veloittaa puolet tai vähän yli siitä, mitä ammattilainen veloittaa. Jos ammattilaisen tuntipalkka suunnittelutyössä on esimerkiksi 80–100 euroa, voi opiskelija veloittaa samasta työstä noin 50 euroa tunnilta. Tuolloin opiskelijalla on matala hinta edelleen etunaan, mutta työtä ei tehdä pilkkahinnalla. Tämä on kuitenkin vain suuntaa-antava ohje: jokainen suunnittelutyö on monine muuttujineen aina oma tapauksensa. Uskoisin myös, että jokaisen graafikko-opiskelijan kohdalle osuu esimerkiksi ystävälle tehtävä suunnittelutyö, josta pyydetään vain nimellinen palkkio.

4 Freelancer ja tärkeä byrokratia

Vaikka freelancer ei kokisi itseään yrittäjäksi, hän saattaa silti työelämässä lukeutua yrittäjien joukkoon. Tällöin hänen on myös kannettava vastuu toimintansa lainmukaisuudesta. Aloittelevankin freelancerin olisi hyvä ainakin pintapuolisesti tuntee oikeutensa ja velvollisuutensa voidakseen toimia ammattimaisesti ja ennaltaehkäistäkseen mahdollisia ongelmia töiden lisääntyessä.

4.1 Tekijänoikeuslaki suojaa

Graafisen suunnittelun opiskelijana olen aina ajatellut tekijänoikeuksista vain sitä puolta, että saanko käyttää työssäni esimerkiksi kuvaa tai fonttia, jonka olen Internetistä löytänyt. Tätä opinnäytetyötä kirjoittaessa tekijänoikeuslain maailma on kuitenkin auennut aivan uudella tapaa. Jokisen (2009, 10) mukaan pääosa graafisen suunnittelijan tuloista koostuu pienistä puroista oikeuksia myymällä. Tekijänoikeus suojaa teosta, joka tekijänoikeuslaissa määritellään seuraavasti:

Teos on tekijänsä henkisen luomistyön itsenäinen ja omaperäinen tulos, tekijänoikeussuojan kohde. (1 §) Teoksia ovat esimerkiksi kirjalliset teokset, musiikkiteokset (sanotukset, sävellykset, sovitukset), kuvataiteen teokset, valokuvateokset, näyttämöteokset, elokuvat, tietokoneohjelmat, kartat. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.)

Teoskynnys siis ylittyy, kun työ on tarpeeksi omaperäinen luovan työn tulos. Teoksen tekijä määrää siitä, missä ja miten teosta voidaan käyttää. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.)

Tekijänoikeus jakautuu taloudellisiin ja moraalisiin oikeuksiin. Teoksen saattaminen yleisön saataviin, sen kopioiminen, muuntelu tai toisessa taiteenlajissa käyttäminen ovat tekijän yksinoikeuksia. On rangaistava teko rikkoa tekijänoikeuslakia. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.) Tekijä voi myydä erilaajuisia oikeuksia teoksen käyttöön, ja hinnan tulisi määräytyä suhteessa myönnettyjen käyttöoikeuksien laajuuteen (Jokinen 2009, 44). On tärkeää määritellä niin itselleen kuin asiakkaalle, mistä kauppaa oikeasti käydään. Freelance-graafikon tulee saada kuvan käyttötarkoituksesta määräytyvä tekijänoikeuskorvaus. Jos asiakas haluaa oikeuden käyttää esimerkiksi kuvitusta uudelleen, tulee hänen maksaa siitä tekijälle suurempi palkkio. Onhan asiakas saanut tuoloin suuremman hyödyn. (Jokinen 2009, 16.) Samaten kuvan koko ja julkaisumedia vaikuttavat kuvan hintaan, sillä freelancer käyttää ammattitaitoaan - erikoisosaamistaan - laadukkaan lopputuotteen toteutuksessa (Jokinen 2009, 45). Näistä asioista kannattaa siis sopia toimeksiantosopimuksessa kirjallisesti, jottei epäselvyyksiä pääse syntyään.

Moraalisiin oikeuksiin kuuluu tekijän nimen ilmoittaminen teosta käytettäessä. Teosta ei myöskään saa esittää sellaisessa yhteydessä tai tavalla, joka on tekijälle loukkaava. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015.) Tässä opinnäytetyössä ei ole perusteltua syventyä tekijänoikeuslakiin syvemmin – tarkoitus on lähinnä tuoda tekijänoikeusaspekti opiskelijan tietoon esimerkiksi työn hinnoittelun kannalta.

4.2 Sopimuksen laatiminen

Työsuhteita säännellään hyvinkin tarkasti, mutta huiman eron freelancerin asemaan työsuhteeseen verrattuna tuo sopimusvapaus. Freelancer voi solmia millaisen sopimuksen tahansa. Sopimuksesta voi laatia tietoisesti tai tietämättään sellaisen, joka on teki-jälle itselleen kohtuuton. Huonot sopimukset ovat alalle myrkkyä. Jos työhön suostutaan liian halvalla, siitä kärsivät kollegatkin, sillä kalliimmalla hinnalla on vaikea kilpailla. (Jokinen 2009, 9.) Tämä ilmiö tulee jokaiselle graafisen suunnittelun opiskelijalle vastaan: työkokemusta tarvitaan, jotta saadaan materiaalia portfolioon, jotta taas myöhemmin voidaan työllistyä ammattilaisina. Opiskelijoille tarjotaan usein pientä tai jopa olematonta korvausta tehdystä työstä. Opintojen aikana voi helposti suostua tällaisiin tarjouksiin, sillä omiin tarpeisiin nähden tilanne ei näyttäydy liian pahana. Myöhemmin kun työllä pitäisi elättää itsensä, on kurjaa kilpailla kovilla markkinoilla harjoittelijoita ja alipalkalla toimivia opiskelijoita vastaan. Toki työnantajalle voi perustella korvauksen suuruutta työn laadulla ja omalla ammattitaidolla. Se ei monelle tilaajalle nähdäkseni kuitenkaan riitä, kun vaihtoehtona tarjolla on runsaasti halpaa tai jopa ilmaista työvoimaa.

Yritys voi ottaa suunnittelijaan suoraan yhteyttä esimerkiksi tämän työnäytteiden tai tästä saatujen suositusten perusteella. Ennen työskentelyn aloittamista työstä tehdään tilaus ja sopimus. (Grafia ry 2015.) On tärkeää ymmärtää, että asioista ennalta sopiminen on avain sujuvaan yhteistyöhön. Sopimuksen tekeminen on pieni vaiva verrattuna siitä saatuu hyötyyn ristiriitatilanteessa. Grafia ry:n Internet-sivuilta löytyy toimeksiantosopimus, jonka voi tulostaa ja täyttää sellaisenaan. Vaihtoehtoisesti siitä voi poimia haluamansa osat omaan sopimukseensa. Grafia ry:n toimeksiantosopimus kokonaisuudessaan löytyy myös tämän opinnäytetyön liitteistä.

Sopimuksen muoto voi etenkin pienissä toimeksiannoissa olla hyvinkin vapaa: esimerkiksi sähköpostikin riittää. Graafikon olisi kuitenkin hyvä tietää, mitä kaikkea sopimuksessa kannattaa käydä läpi. Tässä opinnäytetyössä käyn läpi ainoastaan Grafia ry:n toimeksiantosopimuksen sisällön, sillä uskon sen olevan luotettava ja laajaan käyttöön sopiva malli monenlaiseen suunnittelutoimintaan. Grafia ry:n toimeksiantosopimuksessa (liite 1) luetellaan ensin sopijaosapuolten nimet, yhteystiedot ja mahdolliset y-tunnukset. Tämän jälkeen nimetään varsinainen toimeksianto ja sen sisältö. Lisäksi

sovitaan siitä, missä muodossa tekijä toimittaa työn tilaajalle: toimittaako tekijä esimerkiksi painovalmiin pdf-tiedoston vai myös alkuperäisen työtiedoston, joka on jatkossa vastaanottajan muokattavissa. Toinen kohta Grafia ry:n toimeksiantosopimuksessa on projektin aikataulu. Siinä määritellään päivämäärät tekijän ensimmäisten luonnosten sekä valmiin työn toimittamiselle. Päivämäärä tilaajan aineistontoimitukselle sekä toimitettavan aineiston muoto sovitaan myös sopimuksen aikataulu-kohdassa. Kolmantena sopimuksessa sovitaan oikeuksista. Mihin käyttötarkoituksiin asiakas saa käyttää projektin töitä, missä medioissa tai julkaisuissa käyttöoikeus pätee sekä kauanko käyttöoikeus on voimassa? Kohdassa sovitaan myös uusintapainosoikeudesta: Onko sitä, montako uusintapainosta oikeus kattaa ja millä alueella se on voimassa? Tätä seuraavat virkkeet: ”Teoksen muuttamisesta tai muunnelmasta tulee sopia tekijän kanssa erikseen. Teoksen käytöstä muuhun kuin sovittuun tarkoitukseen on sovittava teoksen tekijän kanssa.” Lisäksi sovitaan, saako tekijä vapaakappaleita. Tämä on sikäli tärkeä kohta etenkin aloittelevalle graafikolle, että hänen on tärkeää saada valmis lopputuote voidakseen ottaa siitä laadukkaita kuvia portfolioonsa. Kohdan kolme lopussa on vielä tärkeä maininta: ”Sopimuksen mukaiset oikeudet siirtyvät tilaajalle, kun tilaaja on kokonaisuudessaan maksanut laskun.”

Palkkiosta sovitaan Grafia ry:n toimeksiantosopimuksen kohdassa neljä. Siihen listataan palkkion määrä, mahdollisen arvonnäisäveron (24 %) osuus ja kokonaissumma. Tämän jälkeen määritellään maksuehdot sekä rojaltipalkkio. Taloussanomien (2015) määrittelee rojaltipalkkion seuraavasti: ”Korvaus kirjallisen, taiteellisen tai tieteellisen teoksen tekijänoikeuden tai valokuvaan perustuvan oikeuden tai patentin, tavaramerkin, mallin, muotin, piirustuksen, salaisen kaavan tai valmistustavan käyttämisestä tai käyttöoikeudesta tai korvaus teollisia, kaupallisia tai tieteellisiä kokemuksia koskevista tiedoista. Laskuperustana voidaan käyttää esim. jotain määräprosenttia tuotannon arvosta.” Palkkio-kohdan lopussa määritellään lisätyöt ja niiden maksuperiaate. Sopimuksen viides kohta, kulut, käsittää vain seuraavan määritelmän: ”Tilaaja maksaa tekijälle palkkion lisäksi erikseen sovittavat kulut, esim. matkakulut, kuvittajien, valokuvajien tai muiden alihankkijoiden käytöstä aiheutuneet kulut [+alv 24 %]. Sopimuksen kuudes ja viimeinen kohta on otsikoitu Muuta. Tätä seuraavat paikka ja päiväys sekä allekirjoitukset. Grafia ry:n toimeksiantosopimukseen kuuluu liite, Grafia ry:n laatimat graafisen suunnittelun ja kuvituksen yleiset sopimusehdot. En käy sitä läpi tarkemmin, mutta haluan alleviivata sen tärkeyttä osana sopimusta.

4.3 Pari sanaa verotuksesta ja yrittäjyydestä

En paneudu pienoistutkielmassa syvälle verotukseen, sillä näkökulmani on nimenomaan tutkia niitä ongelmia, jotka koskettavat opiskelijaa ensimmäisten freelance-työtehtäviensä parissa. Verotuksen yksityiskohtaisempi hallinta koskee mielestäni elinkeinonaan freelance-työtä tekeviä graafikkoja. Opiskelijalle riittää aiheen pintapuolinen tuntemus ja tieto siitä, minkälaisella verokortilla freelance-työtä kannattaa tai voi tehdä. Sama koskee yrittäjyyden eri muotoja: freelancer-toimintaa voi olla niin monenlaista, ettei tämän tutkielman puitteissa ole järkevää avata yrittäjyyden muotoja laajemmin. Jokaisen freelancerina toimivan on kuitenkin tärkeää hahmottaa oman toimintansa muoto ja etsiä tarvittaessa omaan tilanteeseensa sopivaa tietoa.

4.3.1 Verokorteista

Päätulon verokortin voi lähettää toimeksiantajalle freelance-työtä tehdessä. Sitä ei kuitenkaan saa kopioida ja lähettää useille työnantajille samanaikaisesti, joten edes pienimuotoiseen freelance-työskentelyyn se ei ole kovin kätevä. Lisäksi moni opiskelija tekee päätoimisesti jotain muuta kuin freelance-työtä, jolloin päätoimen verokortti on luonnollisesti tällä työnantajalla. (Verohallinto 2015a.)

Sivutuloverokortti, joka myös postitetaan kotiin vuosittain, sopii satunnaisiin sivutuloihin. Jos henkilöllä ei ole varsinaista päätuloa, voi hän käyttää sivutuloverokorttia kaikissa työsuhteissaan. Kortista voi ottaa kopioita tai sen voi skannata ja lähettää usealle eri toimeksiantajalle samanaikaisesti. Jos sivutuloverokortti on usealla taholla samanaikaisesti, on työntekijän velvollisuus huolehtia siitä, että pidätysprosentti on riittävä. (Verohallinto 2015a.)

Jos freelance-töitä alkaa kertyä enemmän, kannattaa hankkia freelancer-verokortti. Se sopii useissa lyhyissä työsuhteissa työskentelevälle henkilölle. Pidätysprosentti laskeaan tulonsaajan ilmoittamien vuoden kokonaistulojen perusteella, ja tätä pidätysprosenttia sovelletaan kaikkiin henkilön palkkatuloihin ilman tuloajoja. Näin ollen tulonsaajan on itse huolehdittava, että veroprocentti on tarpeeksi suuri. Työn-/toimeksiantajalle voi ilmoittaa suuremman veroprocentin tarvittaessa, eikä uutta verokorttia tarvitse toimittaa sen tehdessään. Tätäkin verokorttia voi itse kopioida ja lähettää useille työn-/toimeksiantajille samanaikaisesti. (Verohallinto 2015a.)

4.3.2 Yrittäjä yrittämättä

Freelance-töiden tekoon liittyy sellainen mutka, että on määriteltävä, tehdäänkö töitä yrittäjänä vai työsuhteessa. Tämä määritelmä tehdään sen perusteella, täyttyvätkö työsuhteeseen viittaavat piirteet. Henkilön voidaan siis katsoa olevan yrittäjä, vaikkei hänellä olisi esimerkiksi toiminimeä ja y-tunnusta. Erilaiset vastuut ja oikeudet taas määräytyvät työntekijälle ja yrittäjälle aivan eri tavoin. Siksi etenkin jos freelance-työskentely jatkuu pidempään, kannattaa graafikon olla perillä siihen liittyvistä yksityiskohdista. Ehkä yksinkertaisin tapa määritellä, onko kyseessä työsuhde vai ei, on miettiä, tehdäänkö töitä työnantajan tiloissa ja välineillä työnantajan määräämällä tavalla ja työnantajan valvonnan alaisena. Jos tehdään, kyseessä on työsuhde, ja työnantaja on näin velvollinen maksamaan esimerkiksi työntekijän sosiaaliturvan vaatimat eläke- ja muut vakuutusmaksut. Lisäksi työnantajan velvollisuus on maksaa työntekijälle palkkaa loman ja sairauden ajalta. Mikäli työsuhteen piirteet eivät täyty, ei graafikko työskentele työsuhteessa. Näin ollen hänen katsotaan olevan yrittäjä, ja hänelle maksetaan vain palkkio valmiista työstä. Toimeksiantaja voi kuitenkin valvoa työskentelyä sen verran, että päästään tilauksen mukaiseen lopputulokseen.

Kun graafikon katsotaan olevan yrittäjä, on hän velvollinen huolehtimaan kaikista asianmukaisista vakuutus- ja muista maksuistaan itse. (Suomen freelance-journalistit ry 2013b; Verohallinto 2015a.) Alla Eläketurvakeskuksen (2015) määritelmä yrittäjän eläkevakuutusvelvollisuudesta:

Yrittäjä vastaa oman eläkevakuutuksensa järjestämisestä. Yrittäjä vakuuttaa toimintansa yrittäjän eläkelain (YEL) mukaisesti. Vakuutus on pakollinen, kun yrittäjä täyttää eläkelain piiriin kuulumisen edellytykset, ja se on otettava kuuden kuukauden kuluessa yritystoiminnan alkamisesta. Yrittäjä voi ottaa eläkevakuutuksensa joko työeläkevakuutusyhtiöstä tai eläkekassasta, jos hänen alallaan toimii sellainen. Yrittäjäksi katsotaan henkilö, jonka työskentely ei tapahdu työ- tai virkasuhteessa. Muut edellytykset lain piiriin kuulumiseen ovat:

- yrittäjä on 18–67-vuotias
- yritystoiminta on kestänyt neljä kuukautta
- arvioitu työtulo on vähintään 7 502,14 euroa vuodessa.

YEL:n mukaan vakuutetaan avoimen yhtiön yhtiömies ja kommandiittiyhtiön vastuunalainen yhtiömies. Myös osakeyhtiössä johtavassa asemassa oleva henkilö, joka omistaa yksin yli 30 prosenttia tai perheenjäsenten kanssa yli puolet yhtiöstä tai äänivallasta, on vakuutettava YEL:n mukaan.

Toinen freelancerin huomioitava tuloraja koskee arvonlisävelvollisuutta. Mikäli freelance-graafikon toiminta katsotaan yritystoiminnaksi ja liikevaihto ylittää tilikauden eli 12 kuukauden aikana 8 500 euroa, on toiminta arvonlisäverollista. Tällöin yrittäjän on ilmoitauduttava arvonlisävelvollisten rekisteriin. Ilmoittautumisesta voi lukea tarkemmin

www.ytj.fi -verkkosivuilta. (Verohallinto 2015b.) Vähäistä liiketoimintaa harjoittavan freelancerin on arvioitava etukäteen, tuleeko 8 500 euron tuloraja ylittymään. Jos yrityksen tilikausi kestää yli tai alle 12 kuukautta, on tilikauden liikevaihto suhteutettava vastaamaan 12 kuukauden liikevaihtoa. Freelancerin kannattaa olla huolellinen alv-tulorajan kanssa: 8 500 euron rajan ylittyessä kesken tilikauden hän voi rekisteröityä alv-velvolliseksi, mutta joutuu maksamaan arvonnäköveron lisäksi viivästyskoron ja mahdollisia myöhästymismaksuja. (Verohallinto 2015c.)

Mikäli työskentely jatkuu ja laajenee, graafikon kannattaa tutustua yritystoiminnan eri muotoihin. En avaa niitä tässä opinnäytetyössä, koska tutkielma lähestyy aihetta ensimmäisiä keikkojaan saavien graafisen suunnittelun opiskelijoiden näkökulmasta. Halutessaan lisätietoa voi kuitenkin hankkia esimerkiksi Suomen freelance-journalistit ry:n verkkosivuilta <http://uusi.freet.fi> tai Uusyrityskeskuksen verkkosivuilta www.uusyrityskeskus.fi.

5 Asiantuntijat apuun

Opiskelijakyselyssä saatuihin vastauksiin perustuen päätin haastatella kahta asiantuntijaa syventääkseni lähdekirjallisuudesta saatuja tietoja. Ensimmäinen haastateltava oli Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäki, jolta etsin tietoa ja hyväksi todettuja toimintatapoja puhtaasti graafisen suunnittelijan näkökulmasta. Toinen haastateltava oli Aalto ARTS Booksin kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjonen. Häneltä halusin kuulla tilaajan kannalta, millaisia asioita graafikon tulisi osata huomioida. Halusin ehdottomasti tällaisen näkökulman mukaan opinnäytetyöhöni, sillä vuorovaikutus asiakkaan kanssa graafisen suunnittelun projekteissa nousi selvästi opiskelijoille ongelmallisena asiana esiin.

5.1 Asiantuntijahaastattelu tutkimusmenetelmänä

Päädyin tutkimusmenetelmistä juuri haastatteluun, koska se sopii tiedonhankintaan kokemuksista, asenteista, mielipiteistä ja havainnoista (Anttila 2006, 195). Viitataan tekemiini haastatteluihin asiantuntijahaastatteluina siksi, että valitsemani haastateltavat voidaan nähdä tutkielmani aiheen suhteen asiantuntijoina, ja tarkoituksena on koota

heidän erityistietämyksensä aiheesta (Anttila 2006, 198-199). Asiantuntijahaastattelun tyyppiä valitsin puolistrukturoidun haastattelun, jolloin haastattelukysymykset ovat ennalta laaditut, mutta vastauksille annetaan liikkumatilaa (Anttila 2006, 201). Päädyin puolistrukturoituun haastatteluun, koska halusin saada vastaukset opiskelijoiden tiettyihin kysymyksiin. Samalla halusin kuitenkin antaa haastateltavalle tilaa tuoda oman näkökulmansa ja uusia ulottuvuuksia esiin vastauksissaan. Kysymykset valmistelin opiskelijakyselyn vastausten, omien kokemuksiini sekä lähdekirjallisuuden pohjalta.

Kysymykset ja pohjatiedot lähetin haastateltaville etukäteen luettaviksi, jotta varsinainen haastattelutilanne olisi mahdollisimman sujuva ja hedelmällinen. Tallensin materiaalin äänitallenteena, jonka myöhemmin litteroin. Näin varmistin, että haastattelun aikana saatoin täysin keskittyä keskusteluun haastateltavan kanssa.

Tällä menetelmällä on mahdollista saada hyvin kokemuseräistä, syvällistä tietoa ja esimerkitapauksia erilaisista ongelmatilanteista ja niistä selviytymisestä graafisen suunnittelun projekteissa. Asiantuntijahaastatteluissa on mahdollista saada myös neuvoja hyväksi todetuista toimintatavoista. Uskon tiedon olevan luotettavaa, sillä haastateltavat saivat vapaasti kertoa ajatuksistaan eikä tuloksia ole helppo vahingossa vääristellä. Tarkastutin myös litteroidut tekstit haastateltavilla jälkikäteen, jotta mahdollisilta vääринymmärryksiltä voitiin välttyä. Esiin nousseet nimet jätin eettisistä syistä tutkielmassani mainitsematta.

5.2 Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäen haastattelu

Ilokseni Grafia ry:n - Visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestön - toiminnanjohtaja Katri Soramäki suostui asiantuntijahaastatteluun. Pyysin juuri häntä haastateltavaksi, sillä mielestäni tunnettu järjestö on oikea paikka etsiä tietoa hyvistä toimintatavoista. Siellä tunnetaan alan sudenkuopat ja ilmiöt uskoakseni paremmin kuin missään muualla. Grafia ry:n toiminnanjohtajana Katri Soramäki onkin visuaalisen viestinnän alan todellinen erityisosaaja ja näin ollen sopiva asiantuntijahaastattelussa haastateltavaksi. Uskoin saavani häneltä ajankohtaista tietoa ja uusia näkökulmia juuri tutkimuskysymykseeni tähdäten. Tähän haastatteluun valmistelin kysymykset opiskelijakyselyn vastausten pohjalta niin, että saisin juuri graafisen suunnittelijan näkökulmasta olennaisia seikkoja ilmi.

Opiskelijakyselystä kävi selvästi ilmi, että oman työn hinnoittelu tuotti suurimpia hankaluuksia opiskelijoiden freelance-töissä. Kysyin Soramäeltä, mitä opiskelijan tulee ottaa huomioon määritellessään työlleen sopivan arvon. Hän vahvisti, että hinnoittelua koskevia kysymyksiä Grafia ry saa eniten, niin opiskelijoilta kuin ammatissa toimiviltakin. ”Se on aika vaikea kysymys, ja se tietysti riippuu niin hirveän monesta asiasta. Me emme saa tehdä tai antaa mitään suoranaisia hinnastoja, koska se taas olisi kilpailun rajoittamista.” Soramäki täsmensi, että yhden puolen hinnoittelusta määrittää se, kuka asiakas on sekä mihin ja kuinka laajaan käyttöön työ tulee. Suunnittelijan ajankäyttö ja mahdolliset tarvittavat välineet tuovat oman osansa laskuun. Opiskelijahinnan Soramäki myöntää voivan olla edullisempi ammattilaiseen nähden, sillä opiskelijalla ei välttämättä ole vielä paljon kokemusta ja hänellä saattaa olla käytössään oppilaitoksen tilat, laitteet ja ohjelmistot. Freelancerina ammatikseen toimiva taas joutuu huolehtimaan itse kaikista kuluista – saadun palkkion tulee siis kattaa oman tulon lisäksi kaikki yrittäjän menot.

Opettajilta kyselyäni olen saanut käsityksen, että opiskelija voisi veloittaa työstään noin reilun puolet suhteessa ammattilaiseen. Soramäki epäili opiskelijahinnalle olevan kuitenkaan olemassa mitään virallisia suosituksia, toisin kuin esimerkiksi alle 18-vuotiaiden tekemälle työlle, mistä tulisi maksaa 70-90 % alimmasta taulukkopalkasta. Hän kertoi Grafia ry:n viimevuotisesta jäsenkyselystä, jossa kysyttiin tuntiveloituksesta. ”Keskiarvo oli noin 70-80 euroa tunnilta”, Soramäki muisteli ja tarkensi, että vastausten voidaan katsoa koskevan yhden hengen yrityksiä tai freelancereita. Soramäki kuitenkin totesi hajonnan olleen vastauksissa hyvinkin suurta. Suomen freelance-journalistit ry:n laskelmiin alan työehtosopimukseen perustuvista hintasuosituksista Soramäki suhtautui myönteisesti hyvinä suunnanantajina.

Siihen, kannattaako opiskelijan tehdä työtä tuntilaskutusperiaatteella vai laskuttamalla koko projekti Soramäellä ei ollut suoraa vastausta. Soramäki ymmärsi, että opiskelijan voi olla vaikea arvioida projektille kokonaissummaa, josta jäisi itselle sopivasti käteen – työaikaakin kun on opiskelijana vielä hankala arvioida. Lisäksi hän painotti, että sellainen tapa, jonka kokee itselleen parhaaksi ja helpoksi hahmottaa, toimii parhaiten.

Suoraan opiskelijakyselystä nousi kysymys, mitä opiskelijan kannattaa huomioida, jos tilaaja kokee työn hinnan liian kalliiksi. Soramäki lohdutti kertomalla, että aiemmin mainitussa jäsenkyselyssä kävi ilmi hinnoittelun olleen ammattilaisillekin ongelmallisina asia.

Hän suositteli asiakkaalle työnkuvan avaamista, sillä tämä ei välttämättä tiedä, mitä kaikkea suunnittelutyöhön sisältyy. Soramäki täsmensi, ettei laskutettavaa työskentelyä ole vain se aika, jonka graafikko käyttää työn tekniseen toteuttamiseen. Työhön pitää ehkä kerätä aineistoa, tutustua asiakkaan aineistoihin, ja jos tarvitaan erityisesti lisää välineitä, niistäkin aiheutuvat kulut pitää huomioida. Sain Soramäeltä Grafia ry:n ja Kuviittajat ry:n viimevuotisen yhteistyössä tehdyn lehden. Freelancerin menojen visualisointi on saanut siinä aukeaman verran tilaa. ”Laskutuksesta keskimäärin 50 % menee kuluihin, ja jotain pitäisi tietysti jäädä palkaksikin.” Soramäki neuvoi tutustumaan Grafia ry:n sivuilta löytyvään Free-työn palkkiolaskuriin, joka helpottaa miettimään näitä kaikkia mahdollisia kuluja. Myös työn kiireellisyys vaikuttaa laskun loppusummaan. Jos tilatun työn tulee olla heti valmis, on se hintavampaa kuin rauhassa teetetty työ. Lopuksi Soramäki summasi, että jos toimeksiannon ehdoista tulee suunnittelijalle kovin epämiellyttävä, hyväksikäytetty olo, ei sitä varmaan kannata ottaa vastaan. Hän lisäsi kuitenkin ymmärtävänsä, että opiskelijan tarve saada työkokemusta ja portfolionäytteitä voi ajaa opiskelijan tekemään töitä hyvinkin halvalla. Soramäki ei kokenut reiluksi opiskelijoiden syyllistämistä alihinnalla työskentelyyn suostumisesta. Hän myönsi alalla vallitsevan ongelman olevan kuitenkin todellinen: asiakas tottuu siihen, ettei graafisesta suunnittelusta tarvitse maksaa, jolloin ammattilaistenkin palkkataso kärsii. Soramäki neuvoi opiskelijoita vetämään opiskelijahinnoittelulleen rajan viimeistään valmistumisvaiheessa, kun kokemustakin on jo enemmän. Siinä vaiheessa, kun suunnittelija saa nimeä ja nimenomaan hänen kädenjälkeään halutaan tilata, voi hän alkaa hinnoittelemaan jo vapaammin.

Opiskelijakyselyn vastausten mukaan toinen eniten haasteita aiheuttanut asia oli sopimus tai sen puuttuminen. Siihen Soramäellä oli selkeä mielipide – hän suositteli sopimuksen tekemistä aina kirjallisena. Grafia ry:n toimeksiantosopimus on hyvä malli, mutta vaikka sähköpostiviestikin kelpaa. Soramäen mukaan tärkeintä on, että kirjallisesti on listattu, mitä asioita työhön kuuluu. Hän varoitti, että vaikka suullinen sopimus on yhtä pätevä kuin kirjallinen, erimielisyystilanteessa jäljellä ovat vain osapuolten muistikuvat siitä, mitä sovittiin. Soramäki kertoi Grafia ry:n jäsenpalveluna tarvittavan usein asianajajan apua tilanteissa, joissa yhteisymmärrykseen ei päästä eikä kirjallista sopimusta ole tehty. Soramäki muistutti, etteivät suunnittelija ja asiakas aina puhu samaa alan kieltä. Väärinymmärrysten välttämiseksi Soramäki suositteli, että yksityiskohdatkin, esimerkiksi kuuluvatko vaikka työtiedostot hintaan, käsitellään sopimuksessa

todella selkeästi. Myös esimerkiksi korjauskierrosten määrä kannattaa merkitä hinnoittelussa, jotta on selkeästi nähtävillä, mitä työhön kuuluu. Soramäki jatkoi, että myös graafikon tulisi itse tietää, mitä on myynyt ja mihin hintaan ja tehdä valintoja tiedostaen. Soramäen mukaan kannattaa käydä myös tarkasti läpi, mihin tarkoitukseen työ tulee. Työ tilataan sovittuun käyttöympäristöön, johon toimitettavan tiedoston tulee olla sopiva. Jos tuote halutaan useaan käyttöympäristöön, on tästä sovittava jo työskentelyn alussa, ja se on huomioitava hinnoittelussa. Soramäki kiteytti, että on osa graafikon ammattitaitoa ottaa rohkeasti sovittavat asiat puheeksi asiakkaan kanssa. Onhan asiakkaankin etu, kun asioista on yhdessä selvästi sovittu. ”Yleensä siinä vaiheessa kun ollaan ostamassa, asiakaskin mielellään keskustelee ja neuvottelee. Mutta jos hänelle on jäänyt väärä käsitys siitä, mistä on sovittu, lisäkorvauksesta sopiminen voi olla hankalaa.”

Juuri sopimusten kirjallista tekemistä Soramäki neuvoisi graafisen suunnittelun opiskelijoillekin. Hän alleviivasi sopimuksen myös ennaltaehkäisevän mahdollisia ongelmia. Toiseksi neuvoksi Soramäki täydensi, ettei tyhmiä kysymyksiä ole. Jos joku asia tuntuu vähän epäselvältä, se kannattaa aina varmistaa asiakkaalta. On asiakkaaltakin voinut jäädä jokin asia miettimättä tai huomaamatta. Kysymykseeni opiskelijan työajan arvioinnista Soramäki valitteli, ettei siihen oikein ole olemassa kaavoja. Hänen mukaan kokeneemmatkin tekijät arvioivat joskus virheellisesti projektiin kuluvan ajan. Ammattitaidon myötä se kuitenkin helpottuu. Asiakkaan kanssa hinnasta sovittaessa Soramäki neuvoi rohkaistumaan hieman: vaikka toimeksianto haluttaisiin kipeästi saada, ei kannata antaa asiakkaalle ihan heti periksi.

Osa kyselyyn vastanneista opiskelijoista koki hankalaksi sen, että asiakkaalla on vahva visio graafisen suunnittelun ratkaisuksista mutta ei visuaalisen alan koulutusta. Soramäki vakuutti, että asetelma tulee uran aikana vielä toistumaan. Asiakkaalla on monesti valmis näkemys siitä, miltä lopputuloksen pitäisi näyttää. Tähän Soramäki esitti avuksi taidon neuvotella asiakkaan kanssa. Graafikon tulisi osata myydä omaa osaamistaan ja koulutustaustaansa asiakkaalle tämän luottamuksen saavuttamiseksi. Opiskelija voi tosin törmätä tilanteeseen, jossa hänet on palkattu ikään kuin teknisesti toteuttamaan asiakkaan visio. Soramäen neuvo on haastatella ja keskustella asiakkaan kanssa siitä, mitä ollaan tekemässä. Jos asiakkaan strategia ja työn tavoitteet halutaan saavuttaa, on graafikon ajatustyöllekin annettava tilaa ja aikaa.

5.3 Aalto ARTS Booksin kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjosen haastattelu

Alan kirjallisuuteen tutustuttuani koen, että siinä painottuu usein selvästi graafisen suunnittelijan näkökulma. Graafinen suunnittelu on kuitenkin yhteistyötä tilaajan kanssa: asiakashan maksaa saadakseen tarvitsemansa tuotteen tai palvelun. Koulutyössä opiskelija pääsee harvoin toimimaan oikean asiakkaan kanssa, eikä harjoitusta näin saada nähdäkseeni tarpeeksi. Keskustelin aiheesta opiskelukaverini kanssa, joka suosittelee Sanna Tyyri-Pohjosta haastateltavaksi. Tyyri-Pohjonen on kustannustoimittaja Aalto ARTS Booksissa, Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulun julkaisuyksikössä. Aalto ARTS Books tuottaa väitös-, oppi- ja käsikirjoja ja artikkelikokoelmia, ja visuaalinen suunnittelu on aina vahvasti mukana julkaisuissa. Julkaisujen ulkoasun tekee usein graafisen suunnittelun opiskelija. Kustannustoimittajana Tyyri-Pohjonen on näiden graafikoiden kanssa tiiviissä yhteistyössä ja on siis erinomainen henkilö asiantuntija-haastattelussa kuultavaksi. Hänellä on kokemusta nimenomaan opiskelija-freelancerien kanssa työskentelystä.

Kyselyyn vastanneista opiskelijoista tuntui hankalalta ottaa palkkio puheeksi. Tyyri-Pohjosen mukaan Aalto ARTS Bookissa tilanne on sikäli yksinkertainen, että töille, joissa käytetään opiskelijoita, on käytössä vakiintunut väitöskirjan taiton taksa. Sen suuruus toki riippuu aina väitöskirjan sisällöstä: esimerkiksi runsaat kuvat nostavat palkkiota. Tyyri-Pohjonen kertoi, että palkan ja työnäytteen saavista opiskelijoista ei kukaan ole hänen 11 työvuotensa aikana valittanut tai kieltäytynyt työstä liian pienen palkkion takia. ”Joku jopa sanoi, että maksamme liikaa, mutta sitä en kyllä usko. Jokainen väittelijä tekee omaa kirjaansa sellaisella intohimolla, että haluaa tehdä korjauksia vaikka kuinka monta kertaa.” Tyyri-Pohjonen varoittikin, että nuoren graafikon tulisi osata pitää puolensa tällaisissa tilanteissa. Hän painottaa aina kirjantekijöille, että graafikon astuessa mukaan projektiin on pystyttävä määrittelemään esimerkiksi oikolukukierrosten määrä. Tyyri-Pohjonen kertoo jo opiskelijaa projektiin kysyessään, paljonko työstä maksetaan, mitä aihepiiriä työ käsittelee ja montako lukua, kuvaa, graafia ynnä muuta työ sisältää. Hän täsmensikin, että Aalto ARTS Booksissa kunnioitetaan graafista suunnittelua, onhan kyseessä visuaalisen suunnittelun korkeakoulun kustantamo. Neuvottelut pyritään aina käymään niin, ettei suunnittelija kokisi tulevaisuutta hyväksikäytetyksi. Hyvännäköisiä kirjoja tekevä yliopistokustantamo houkuttelee paljon tarjouksia ammattilaisiltakin, joiden taksoihin sillä ei kuitenkaan ole varaa.

Tyyri-Pohjonen vakuutti, että opiskelijalla on oikeus palkkiosta puhuttaessa kysyä, mitkä kaikki asiat siihen kuuluvat. Siten välttään myöhemmiltä ongelmilta. Hänellä on käytössään pitkä lista, jossa luetellaan kaikki muut projektiin kuuluvat työt kuin varsinainen kirjan taitto. Se käydään heti projektin alussa läpi. Tyyri-Pohjonen koki hyvänä työryhmässä projektin budjetista avoimesti puhumisen, koska käytettävissä olevat resurssit vaikuttavat suunnitteluratkaisuihin. Myös turhalta suunnittelutyöltä välttään, jos suunnittelijalla on selkeä kuva siitä, millaisiin elementteihin projektissa on varaa. Tyyri-Pohjosesta paras tulos tulee, kun työtä tehdään tiimissä, jossa kaikki ovat suhteellisen tasa-arvoisessa asemassa. Hän uskoo, että raamit auttavat hyvän tuloksen saamiseksi. ”Vaikka graafikko saisi aivan vapaat kädet ja resurssit, se ei takaa laatua, vaan se yhteinen näkemys, että mitä tässä ollaan rakentamassa.”

Kysymykseeni kumpi laskutusmuoto on tilaajan kannalta mieluisampi, projektilaskutus vai laskutus tehdyistä työtunneista, Tyyri-Pohjonen myönsi ensimmäisen olevan rahasta vastaavan tahon kannalta helpompi. Hän kuitenkin täsmensi, että jokainen tapaus on omansa. Hän kertoi esimerkin kokeneesta taittajaparista, joka oli tehnyt neljä vuotta 500-sivuista, 1000-kuvaista kirjaa. Tuollaisessa projektissa ei olisi mitenkään voinut olettaa, että suunnittelija osaisi antaa projektin alussa sopivan summan.

Opiskelijoiden kanssa työskentelyä Tyyri-Pohjonen piti hedelmällisenä, sillä hän koki opiskelijoiden olevan intohimoisia ja kokeilunhaluisia. Hän kertoi nauttivansa uusista ideoista, jotka useimmiten tulevat juuri nuorilta suunnittelijoilta. Tyyri-Pohjosen mukaan ne, joilla ei vielä ole paljon työkokemusta, eivät toisaalta aina ihan ymmärrä aikataulun tärkeyttä. Jos myöhästytään sovituista palavereista tai taitot eivät tule silloin kun on sovittu, oikoluku viivästyy, jolloin puolestaan painoon vienti viivästyy. Hän kuvaili myös, miten suunnittelija joskus muuttaa taiteellisia ratkaisuja hyväksyttämättä niitä kirjoittajalla, tai että korjattua taittoa ei ymmärretä käyttäen vielä kustannustoimittajalla viimeisessä tarkastuksessa. Hän kuitenkin selvensi, että jotkut opiskelijat eivät näitä virheitä tee lainkaan, ja toiset tekevät niitä lopun ikänsä. Tyyri-Pohjonen korostikin, että ensimmäisiä projektejaan tekevän tulisi suhtautua aikatauluihin kunnioittavasti ja ymmärtää, miten hirveä kiire muilla ihmisillä on. Aloittelevan graafikon voi olla vaikea hahmottaa, miten suuret seuraukset hänen laiminlyönnillään voi olla.

Kun graafikko on nähnyt materiaalit, Tyyri-Pohjonen kysyy tältä arviota työskentelyyn kuluvasta ajasta. Näin materiaalit saadaan suunnittelijalle ajoissa, jottei tämä puoles-

taan joudu työskentelemään kiireessä ylityönä. Aalto ARTS Booksissa työvaiheet on Tyyri-Pohjosen mukaan jaettu osioihin, jotta työskentely olisi mahdollisimman jouhevaa. Graafikolta pyydetään esimerkiksi yhden luvun mallitaitto, joka sitten hyväksytään yhteisesti palaverissa. Tyyri-Pohjoselle on tärkeää välttää turhaa työtä: taittaja tekee pari ilmettä, joista kirjoittaja yhdessä kustannustoimittajan kanssa valitsee kirjalle parhaiten sopivan ratkaisun. Sitten graafikko voi rauhassa jatkaa työtä koko taiton parissa, ja työmääräkin osataan jo arvioida paremmin. Tyyri-Pohjonen avasi, kuinka joskus kirjaprojektin alkaessa kirjoittaja tulee katsomaan kustantamon kirjoja ja näyttää, millaisista tyyleistä pitää. Tuolloin Tyyri-Pohjonen soittaa joko niille graafikoille tai näyttää uudelle tekijälle, miltä pohjalta ilme tulisi kehittää. Näin taittajia pyritään myös visuaalisesti avittamaan.

Opiskelijakyselyn vastauksista ilmeni joidenkin opiskelijoiden olevan epävarmoja siitä, mitä kaikkea ensimmäisessä palaverissa pitäisi käydä asiakkaan kanssa läpi. Tyyri-Pohjosen mukaan aikataulun läpikäynti on tärkeää, ja aikataulun tulisi olla selkeä kaikille osapuolille. Milloin työ saatetaan painoon, mikä aika on rauhoitettu taitolle ja mikä aika tulisi varata taiton oikoluvulle. Hän koki myös käytettävien resurssien sekä sen, kuka vastaa päätöksistä, olevan tärkeitä aiheita ensimmäisessä palaverissa. Tyyri-Pohjonen kokee kommunikaation tärkeäksi, ja painottikin perustelutaidon lisäksi ymmärrettävän kielenkäytön tärkeyttä. Hän pitää luottamuksen syntymisen edellyttäjänä sitä, että graafikko osaa selittää ajatuksensa lyhyesti ja selkeästi alan jargonia viljelemättä. Tyyri-Pohjonen näkee graafikon näkemyksien avaamisen kuitenkin tärkeänä, ja tämän tulisi hallita valintojensa perustelu ja argumentointi. Yhteistyö on jouhevaa, kun graafikko pohjustaa hieman suunnittelunsa kantavaa ideaa. Tyyri-Pohjosen mukaan juuri luotettavalta graafikolta tilataan myös uudelleen töitä. Hän koki myös graafikon oman vision olevan todella tärkeä asia. Näiden asioiden lisäksi Tyyri-Pohjonen toi esiin tavan, jolla graafikko esittelee suunnittelutöitään. Hän kokee parhaaksi, että luonnoksia tarkastellaan tulostettuina eikä ainoastaan tietokoneen ruudulta. ”Graafikon olisi hyvä ymmärtää, minkälainen tiimi on ja valita sen mukaan työnsä esittelytapa.” Tyyri-Pohjonen jatkoi, että toki jos kaikki työryhmässä ovat esimerkiksi alle 30-vuotiaita, voi digitaalinen työympäristö hyvinkin toimia.

Kysyin Tyyri-Pohjoselta, kuinka herkästi ja missä asioissa graafikon tulisi kääntyä tilaajan puoleen? Hän vahvisti, että joskus aloittelevat graafikot voivat olla turhan epävarmoja ja näin tukeutua liikaa tilaajaan. Tyyri-Pohjonen kertoi Aalto ARTS Booksin toimi-

tatavasta: tuotantopalaverissa käydään läpi, mitä projektissa haetaan. Sen jälkeen on palautetapaaminen, johon graafikko tuo ensimmäiset suunnittelu ehdotuksensa. Tyyri-Pohjosen mukaan nämä kaksi tapaamista on varattu siihen, että näkemyksistä voidaan keskustella yhdessä. Sen jälkeen hänen työaikansa kustannustoimittajana ei riitä graafikon henkilökohtaiseen ohjaamiseen kirjan visuaalisten ratkaisujen suhteen.

Uraansa aloittelevia graafikoita Tyyri-Pohjonen neuvoi reippaasti ottamaan kontaktia ja tuomaan omaa persoonallisuuttaan esille. Hän painotti, että itseä mainostaessaan on tärkeää tuoda oma innostus ja kiinnostuksen kohteet ilmi. Ne voivat graafikkoa valittaessa usein muodostua ratkaiseviksi seikoiksi. Näin graafikko jää myös paremmin mieleen. Erityisesti nuorilla graafikoilla Tyyri-Pohjonen on huomannut taipumuksen hukata alan termien maailmaan ja joskus syyllistyä tarpeettomaan kikkailuun suunnittelutyössä. Esimerkiksi liian pienen tekstin käyttö on hänen kokemuksiansa mukaan tyypillinen aloittelevien graafikoiden virhe. Oman vision puolustamisen Tyyri-Pohjonen koki tärkeäksi, mutta kuluttaja ja käyttäjä on huomioitava suunnittelutyössä. Hän kuitenkin totesi, että joskus kyse on makueroista, eikä oikeaa tai väärää tapaa välttämättä ole. Kokeneemman graafikon Tyyri-Pohjonen kertoi erottavansa siitä, kuinka nopeasti tämä hahmottaa, millaista kohdeyleisöä missäkin projektissa tavoitellaan. Tähän kokenut graafikko myös perustaa suunnittelutyönsä ratkaisut.

Jos uusi graafikko lähettää portfolionsa Aalto ARTS Booksiin, kustannustoimittajat jakavat sen toisilleen. Hyvät portfoliot päätyvät graafikkopankkiin, jonka Tyyri-Pohjonen on luonut asiakastietorekisteriin. Hän pyrkii tasaisin väliajoin käyttämään kirjaprojekteissa uusia graafikoita, ja korkeakoulun sisällä muihinkin töihin kysytään heiltä usein sopivaa tekijää. Tyyri-Pohjonen kuitenkin valitteli, kuinka usein lähetetyt portfoliot ovat keskenään samantyyliisiä. Trendit näkyvät niissä selvästi, mikä voi heikentää portfolion persoonallisuutta. Tyyri-Pohjonen kuvasikin hyväksi sellaista portfoliota, josta käy ilmi suunnittelijan maku. Hän pitää tärkeänä sitä, että tekijä on itselleen uskollinen ja tekee myös oman näköisensä portfolion. Se helpottaa myös projektille parhaimman suunnittelijan valintaa.

Kysyin, miten asiakassuhdetta kannattaisi pitää yllä. Tyyri-Pohjonen kertoi joidenkin suunnittelijoiden lähettävän joulukortteja tai lyhyitä viestejä, joissa kertovat päivittäneensä portfoliotaan. Itse hän koki kirjamessejen olevan oivallinen paikka asiakassuhteiden luomiseen ja ylläpitoon, sillä ihmisiä pääsee tapaamaan henkilökohtaisesti.

Messuilla graafikon on myös mahdollista nähdä, mitkä kustantamot tekevät sellaisia kirjoja, joita hän haluaisi itsekkin tehdä. Graafikon omaa aktiivisuutta Tyyri-Pohjonen painotti ja jatkoi suosittelemalla selkeää profiloitumista johonkin omaan kiinnostuksen-kohteeseen. Hän näki kuitenkin myös monitaitoisuuden hyvänä, esimerkiksi jos graafikko myös valokuvaa tai kuvittaa. Lopuksi Tyyri-Pohjonen muistutti, että graafikko luo ajan myötä suhteita asiakkaiden lisäksi esimerkiksi painopaikkoihin, ja hän suosittelikin pitämään työpäiväkirjaa, jonne hyviä yhteistyökumppaneita voi merkitä muistiin. ”Tällä alalla tietoa vaihdetaan, eli tehdään puolin ja toisin palveluksia,” hän kiteytti.

5.4 Asiantuntijahaastattelujen teemoitteluanalyysi & johtopäätökset

Asiantuntijahaastatteluissa käytin analyysin menetelmänä teemoittelua. Jyväskylän yliopisto (2015) määrittelee teemoittelun seuraavasti:

Teemoittelu on laadullisen analyysin perusmenetelmä, jossa tutkimusaineistosta pyritään hahmottamaan keskeisiä aihepiirejä eli teemoja. Teemoiksi voidaan hahmottaa sellaisia aiheita, jotka toistuvat aineistossa muodossa tai toisessa. Teemoittelu analyysimenetelmänä etenee teemojen muodostamisesta ja ryhmittelystä niiden yksityiskohtaisempaan tarkasteluun.

Nostin aineistosta pinnalle niitä teemoja, jotka nousivat selkeinä kokonaisuuksina esille. Vertailin asiantuntijahaastatteluja keskenään, ja tutkin, mitä teemoja kumpikin haastateltava piti tärkeänä tai toisaalta mistä aiheista haastateltavien näkemykset erosivat toisistaan. Tutkin myös, millaiset asiat asiantuntijahaastattelun sisällä toistuivat muodossa tai toisessa. Tutkimuksellani ei pyritä löytämään yhtä totuutta, vaan aiheita on esitelty omasta näkökulmastani ja tieto koitettu jäsentää sellaiseen muotoon, josta sen voi tulkita edelleen ja hyödyntää. Jossain määrin saamani tieto on varmasti yleistettävissä, mutta mitään absoluuttista oikeaa ratkaisua en yritäkään saada aikaan. Pysin etsimään hyväksi todettuja toimintatapoja, joita opiskelija voi hyödyntää omassa työskentelyssään. Koska toteutin haastattelut puolistrukturoituina, on selvää, että tutkijana vaikutin paljon esille nouseviin teemoihin. Analyysissä nostin erityistarkastelun alle sellaiset seikat, joista haastateltavilla oli voimakkaita, selkeitä mielipiteitä, jotka he kokivat erityisen tärkeiksi.

Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäen haastattelussa kävi toistuvasti ilmi se, että opiskelijoiden kysymykset ovat myös ammatissa toimivilla edelleen mielessä. Palkkion määrittelystä puhuttaessa Soramäki vahvisti, että jäsenkyselyn mukaan juuri palkka-asioista he saavat eniten kysymyksiä. Sopimukseen liittyvissä pulmissa taas tarvitaan

usein jäsenpalveluna lakimiehen apua. Opiskelijoita vaivasi myös se, kuinka asiakkaalla on usein visuaalinen ratkaisu valmiina mielessään, eikä graafikon suunnittelutyölle jää tarpeeksi tilaa. Soramäen mukaan asetelma tulee toistumaan uran varrella. On siis ilmeistä, että moni opiskelijoita askarruttanut asia ei ole varsinaisesti vain opiskelijoiden ongelma vaan koskee kaikkia alalla työskenteleviä yhtä lailla.

Sopimuksien laatimista kirjallisesti Soramäki suositteli voimakkaasti ja otti asian vielä toistamiseen esiin haastattelun aikana. Teeman tärkeys kävi selkeästi ilmi hänen vastauksistaan, ja Soramäki alleviivasikin myös kirjallisen sopimuksen ongelmia ennaltaehkäisevää vaikutusta. Sama näkemys kävi ilmi Aalto ARTS Booksin kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjolan haastattelusta, jossa hän yhtä lailla painotti sopimuksen ehkäisevän mahdollisia myöhempiä sekaannuksia. Kumpikin haastateltava koki hyvin tärkeäksi sen, että projektin alussa on kirjallisesti listattu, mitä kaikkea osasia työhön todella kuuluu.

Yhtäläisyyksiä haastatteluista löytyikin runsaasti. Kumpikin haastateltava piti kohtuullisena sitä, että opiskelija veloittaa työstään ammattilaista vähemmän. Samalla kumpikin kuitenkin korosti, ettei minkäänlaista riistämisen tuntua tule sallia. Molemmissa haastatteluissa todettiin, että nuoren graafikon tulisi osata pitää puolensa eikä liian helposti nöyrytyä asiakkaan edessä. Mielestäni opiskelijan itsevarmuutta voisi kasvattaa selkeiden toimintamallien tunteminen esimerkiksi työtä hinnoiteltaessa. Soramäen mukaan hinnoittelulle ei kuitenkaan ole olemassa mitään tarkkoja ohjeita, sillä muuttujia on niin paljon. Tyyri-Pohjosen mukaan hinnoittelu on Aalto ARTS Booksissa helppoa vakiotaksojen vuoksi, mutta hänkin tarkensi jokaisen projektin olevan kuitenkin erilainen ja että esimerkiksi aineiston sisältö vaikuttaa heilläkin selvästi hinnoitteluun. Soramäen mukaan myös se, kuka asiakas on, vaikuttaa hintatasoon. Tyyri-Pohjonen vahvisti näemyksen kertoessaan, kuinka yliopistokustantamona heillä ei aina ole varaa kalliisiin ammattilaisten taksoihin. Myös siihen, kumpi laskutusmuoto on tilaajan kannalta mieluisampi, projektilaskutus vai laskutus tehdyistä työtunneista, haastateltavien vastaukset olivat yhtenevät. Tyyri-Pohjonen myönsi projektilaskutuksen olevan tavallaan helpompia, mutta totesi laskutustavan riippuvan aina projektista. Myös Soramäki tiedosti kummankin laskutusmuodon edut ja vaikeudet ja totesi laskutusmuodon riippuvan aina projektista. Hän kuitenkin totesi tavan, jonka graafikko kokee itselleen helpoimmaksi, toimivan parhaiten.

Viimeinen selkeästi kummassakin haastattelussa esille noussut teema on neuvottelu- ja kommunikaatiotaitojen tärkeys. Asiakkaan kanssa yhteisen kielen löytäminen oli molempien haastateltavien mielestä hyvin tärkeää. Asiakkaalle suunnittelutyöstä puhuttaessa on hyvä jättää alan termeillä saivartelu sikseen ja varmistaa, että molemmat osapuolet ymmärtävät kokonaisuuden samalla tavalla. Näin voidaan välttyä myöhemmiltä sekaannuksilta. Oman argumentoinnin ja perustelujen hallinta ovat osa graafikon ammattitaitoa, samoin kuin hankaliltakin tuntuvien aiheiden puheeksi ottaminen. Ylipäättään avoin keskustelu asiakkaan kanssa oli tärkeää niin Soramäen kuin Tyyri-Pohjosenkin mielestä.

Löysin myös teemoja, jotka eivät tulleet esille molemmissa haastatteluissa, mutta koin tärkeäksi nostaa ne vielä esille analyysissa. Soramäki suositteli graafikon työnkuvan avaamista asiakkaalle, jotta tämä ymmärtää prosessin eri vaiheet ja niiden kustannuksetkin paremmin. Tyyri-Pohjonen on tilaajana niin kokenut, että tuntee varsin hyvin graafikon työn ominaispiirteet. Hänkin kertoi kuitenkin työssään avaavansa taas kirjoittajille graafikon työvaiheita, jotta nämä puolestaan ymmärtäisivät, että esimerkiksi määrättömät muutokset eivät käy päinsä. Soramäen haastattelussa aikataulun merkitys ei juuri tullut puheeksi, kun taas Tyyri-Pohjonen kiireisenä kustannustoimittajana alleviivasi voimakkaasti sen merkitystä. Hän kokikin, että joskus nuoret suunnittelijat eivät aivan ymmärrä, kuinka tärkeää on kunnioittaa työryhmän kanssa sovittuja aikatauluja. Tyyri-Pohjonen toi esille myös sen, että aikataulujen lisäksi jo ensimmäisestä palaverista alkaen tulisi olla selvää, millaiset resurssit projektille ovat käytössä ja kuka vastaa päätöksistä. Mielestäni nämä ovat tuiki tärkeitä huomioita, joita opiskelija ei välttämättä tule ajatelleeksi ensimmäisissä projekteissaan. Lopuksi Tyyri-Pohjonen kuvaili haastattelussa, miten aloittelevan graafikon tulisi näyttäytyä uusia asiakkaita etsiessään. Hän näki reippaan oma-aloitteisen kontaktinoton, oman persoonallisuuden ilmituonnin sekä selkeän profiloitumisen avainasioina omaa osaamista markkinoitaessa. Koin neuvot hyviksi ja tärkeiksi, sillä jokainen graafisen suunnittelun opiskelija tietää kilpailun olevan alalla kovaa, ja tällaiset neuvot juuri tilaajan näkökulmasta ovatkin arvokkaita uraansa aloitteleville.

Eroavaisuuksia en haastatteluista oikeastaan löytänyt. Vaikutti siltä, että ne teemat, jotka toin kysymyksissä esiin kummassakin haastattelussa, saivat hyvin samansuuntaiset vastaukset. Ylipäättään koin haastateltavien vastausten olleen hyvin linjassa keskenään, vaikka heidän lähtökohtansa olivat erilaiset. Heidän näkökulmansa edustavat

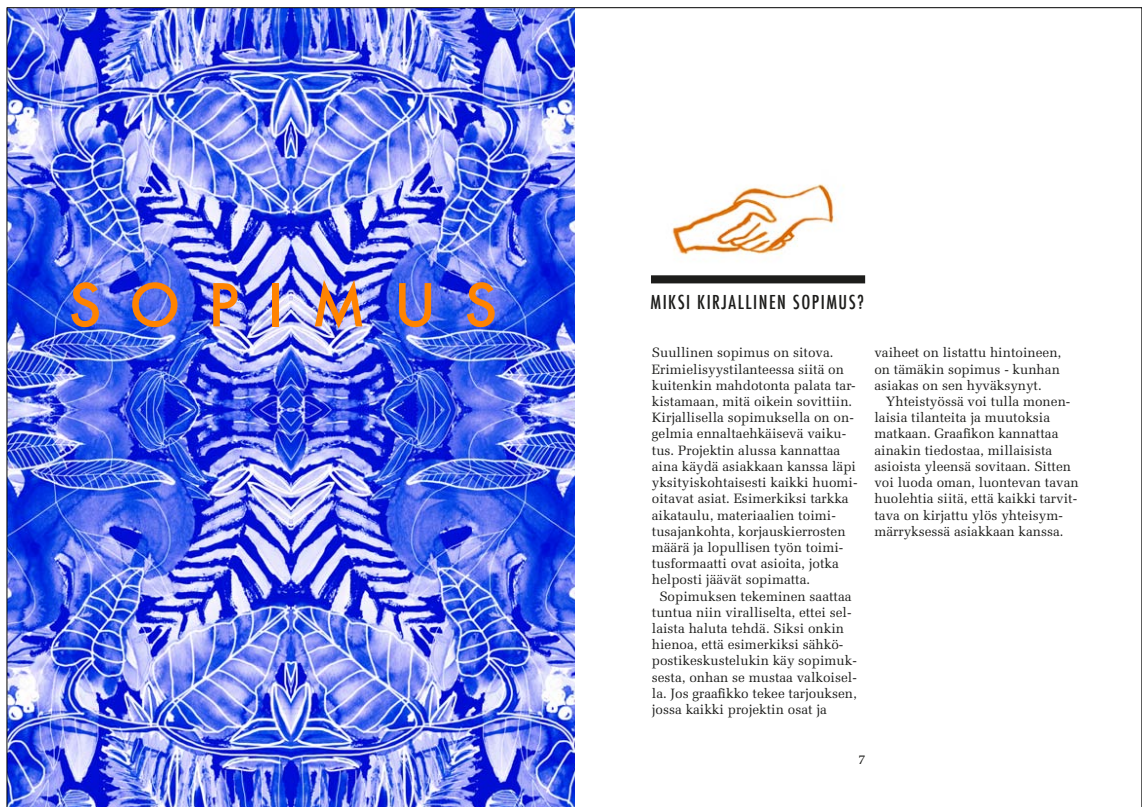
ikään kuin suunnitteluprojektin eri osapuolia, graafikkoa ja tilaajaa. Siksi koenkin hyvin positiiviseksi sen, ettei eroavaisuuksia näkemyksissä löytynyt: muuria asiakkaan ja graafikon välillä ei näiden asiantuntijahaastattelujen perusteella tarvitse olla, kun kumpikin osapuoli kunnioittaa toisiaan ja yhteistyötä tehdään avoimesti keskustellen.

6 Koonti oppaaksi

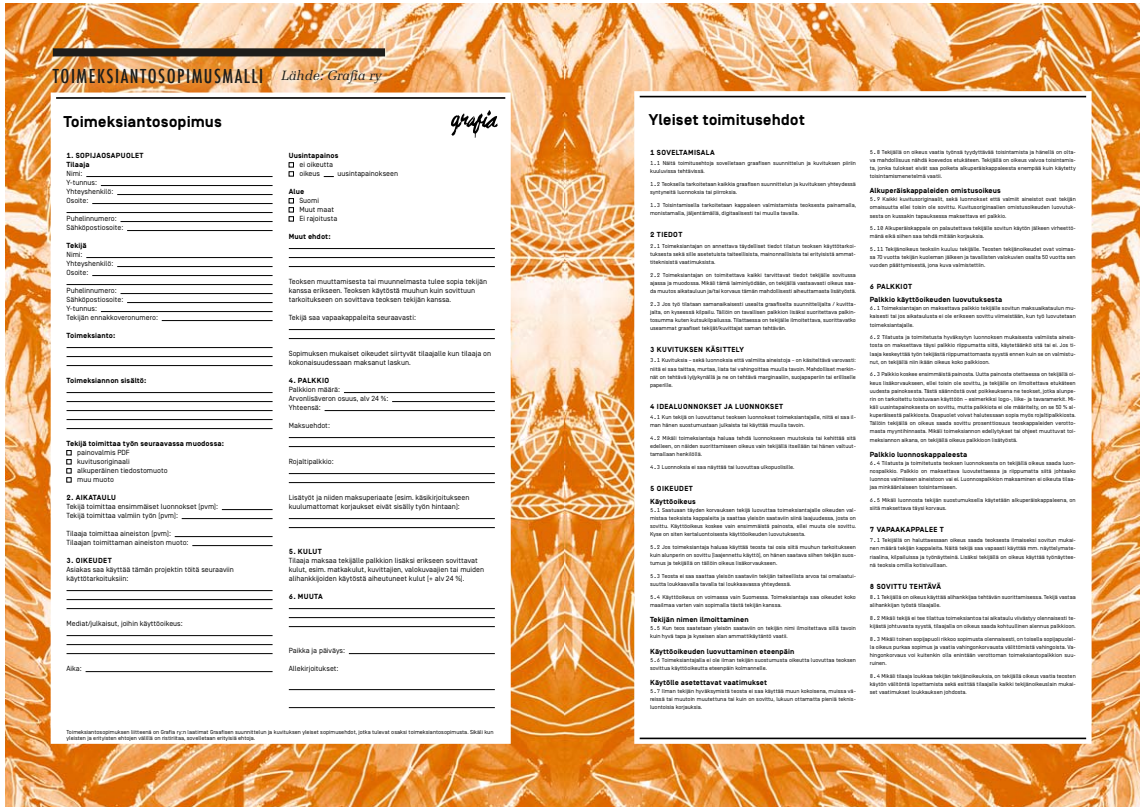
Opinnäytetyöni on tarkoitus kartoittaa hyödyllistä tietoa graafisen suunnittelun opiskelijoiden freelance-työskentelystä. Sen lisäksi, että hyödyn tiedoista itse, koin mielekkääksi muokata tieto muidenkin hyödynnettävissä olevaan muotoon. Siksi päätin koota saamiini aineistoihin perustuen oppaan, joka on juuri graafisen suunnittelun opiskelijalle suunnattu helposti lähestyttävä tiedonlähde. Oppaan tulee olla äärimmäisen kevyt kokonaisuus, sillä pidän matalaa kynnystä sen lukemiseen tärkeänä. Graafisesta suunnittelusta ja freelance-työskentelystä on kirjoitettu oppaita, mutta opiskelija ei välttämättä tule ajatelleeksi löytävänsä aiheesta tietoa kirjastosta. Tavoitteeni oli luoda opas, jossa avainasioita on avattu hieman ja opiskelijalle neuvotaan, mistä hän saa tarvittaessa lisätietoa. Oppaan ei siis ole tarkoitus sisältää kaikkea, mitä olen opinnäytetyössäni kirjannut auki. Tavoitteena oli muodostaa sellainen helppokäyttöinen kokonaisuus, jonka esimerkiksi ammattikorkeakoulun opettajat voivat Internetissä jakaa opiskelijoille. Näin saavutan tavoitteeni tarjota opiskelijoille sellaista tietoa, jota ei nähdäkseni käsitellä syvemmin opinnoissa. Helpon ja maksuttoman jaettavuuden takaamiseksi päätin tehdä valmiin oppaan pdf-muotoon. Näin opasta voi vaivattomasti lukea digitaalisesti, mutta halutessaan sen voi myös tulostaa ja nitaa vihkoksi. Opas Apua, asiakas! löytyy tämän opinnäytetyön liitteistä.

Opinnäytetyöni alussa tekemäni opiskelijakysely osoitti, että opiskelijoille ongelmallisimmat teemat ovat sopimuksen tekeminen ja oman palkkion määrittely. Päätin nostaa nämä selkeästi oppaan pääaiheiksi. Oppaaseen (liite 1) syntyi kolme käsittelylukua: sopimus, palkkio sekä prosessi. Kirjallisen sopimuksen laatimista ja Grafia ry:n toimeksiantosopimusta esitellään lukijalle ensimmäisessä luvussa (kuviot 3 & 4). Lukuun sisältyy myös tiivistetty teksti tekijänoikeuslaista. Toinen luku käsittelee palkkion koostumisen periaatetta ja Suomen freelance-journalistit ry:n hintasuosituksia. Palkkio-luvun lopussa esitellään hieman opiskelijatyön hinnan suhdetta ammattilaisten hintatasoon. Viimeisessä luvussa on havainnollistettu visuaalisesti suunnitteluprosessin vaiheita.

Luvun tarkoitus on selkeyttää kokemattomallekin graafikolle, millaisia vaiheita projektin aikana yleensä käydään läpi. Samalla se toimii tiedonlähteenä, sillä se sisältää esimerkiksi verkkosivuvinkit freelance-verokortin ja yritysmuotojen tarkempaan tutkimiseen. Visualisointi toimii parhaimmillaan muistilistana, jota aloitteleva graafikko voi käyttää apuna projektin aikana. Prosessi on kuvattu aikajanana, jolla pienen graafisen suunnittelun projektin vaiheita on kuljetettu kronologisesti eteenpäin. Näin työprosessista hahmottuu selkeä kuva, ja eri teemat löytävät paikkansa luontevasti.

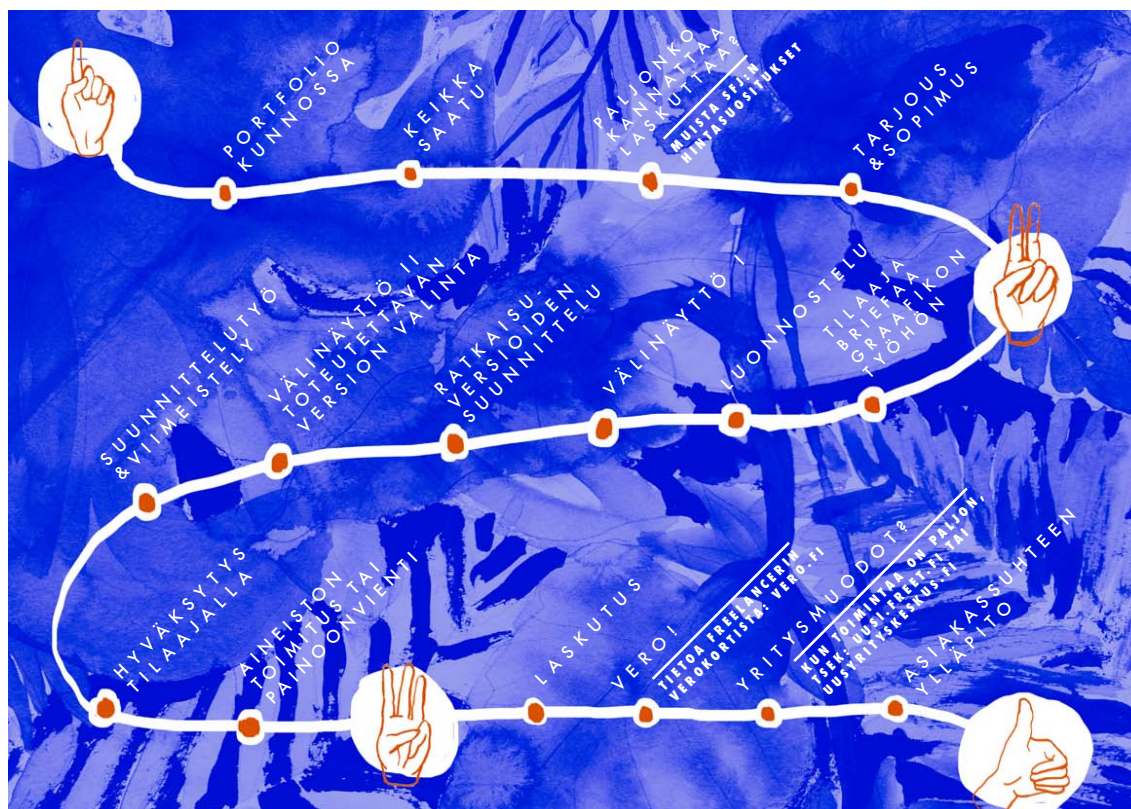


Kuvio 3. Näyte oppaan ensimmäisestä luvusta (liite 1).



Kuvio 4. Grafia ry:n toimeksiantosopimus on liitetty oppaaseen (liite 1).

Tässä oppaassa suunnitteluprosessi on jaoteltu kolmeen vaiheeseen (kuvio 5). Ensimmäinen vaihe, ikään kuin ennakkovalmistelu, alkaa graafikon portfolioista. Portfolioista ei puhuta oppaassa, mutta hyvä ja päivitetty portfolio on usein avain työn saantiin. Yhteistyö lähtee todella käyntiin, kun asiakas tekee tilauksen. Suunnittelijan tulee tässä vaiheessa osata määritellä, paljonko hän työstä veloittaa. Seuraavaksi projektista tehdään kirjallinen sopimus. Prosessin toinen vaihe käsittää varsinaisen suunnittelutyön. Viimeistään nyt tilaaja perehdyttää suunnittelijan tarkemmin työhön, ja varsinainen ideointi voi alkaa (Jokinen 2012, 24). Oppaassa etappeja ovat muun muassa luonnostelu, kaksi välinäyttöä, viimeistely, hyväksytys tilaajalla sekä aineiston toimitus tai painoon vienti. Päättin jättää briefin ja asiakasyhteistyön tarkemman kuvailun pois oppaasta, jotta kokonaisuus pysyisi kevyenä. Prosessin kolmas ja viimeinen vaihe on freelancerin suunnittelutyön jälkeinen toiminta. Lähinnä viimeisen vaiheen etapit liittyvät laskutukseen: varsinaisen laskun lähettämisen lisäksi graafikon on huolehdittava verojen maksusta toiminnan muodosta riippuvalla tavalla. Verotuksesta ja yritystoiminnanmuodoista voi halutessaan etsiä lisätietoa verkkosivuvinkkien avulla.



Kuvio 5. Oppaaseen laadittu suunnitteluprosessin aikajana (liite 1).

Näin oppaassa on käsitelty laajemmin vaikeimmat, opiskelijoille eniten hankaluuksia tuottaneet teemat sekä mielestäni työskentelyn kannalta tärkeä prosessi. Aikajanan visualisointi auttaa opiskelijaa hahmottamaan työskentelyprosessin vaiheet kokonaisuutena, ja näin hallitsemaan paremmin jouhevaa yhteistyötä asiakkaan kanssa. Opin näytetyöni puitteissa tavoitteeni on valmistua ja kartuttaa tietoa työelämään siirtymistä varten, enkä siksi ole suunnitellut oppaan levitystä muuten kuin oppilaitoksen sisällä. Saatan kuitenkin tulevaisuudessa tarjota opasta esimerkiksi Grafia ry:lle kustannettavaksi. Näin juuri graafisen suunnittelun opiskelijan näkökulmasta keräämäni tieto pääsisi vielä laajempaan levitykseen ja toisi suuremman hyödyn alan toimijoille.

7 Yhteenveto

Opinnäytetyöni tutkimuskysymys on, millaisia asioita aloittelevan freelance-graafikon tulee ottaa huomioon uutta projektia vastaanottaessa. Työn tavoite oli tarjota opiskeli-

jalle sellaista tietoa, johon ei juuri syvennyttä opintojen aikana. Hain aineistoa pienimuotoisesta opiskelijakyselystä, lähdekirjallisuudesta sekä kahdesta asiantuntijahaastattelusta. Peilasin löydöksiä omaan kokemuksiini graafisen suunnittelun opiskelijana ja freelancerina. Valitsin käsiteltävät aiheet opiskelijakyselyn vastauksiin ja omaan työkokemuksiini nojaten. Tärkeimmiksi teemoiksi nousivat, miten freelancer voi hinnoitella työnsä, miksi sopimuksen tekeminen on tärkeää, miten huolellinen briefin laatiminen toimii apuna työskentelyssä sekä miten asiakkaan kanssa tulisi toimia. Liitteenä oleva Grafia ry:n toimeksiantosopimus antaa konkreettisen avun opiskelijalle, jolle sopimuksen laatiminen on vaikeaa. Opinnäytetyöhön koottuja tietoja hyödyntäen laadin oppaan opiskelijoille. Oppaan tarkoitus on auttaa heitä ennaltaehkäisemään mahdollisia ongelmia freelance-projekteissaan. Näin opinnäytetyöstäni voivat hyötyä muutkin alan toimijat, mikä oli yksi tärkeä kriteeri aiheenvalinnassani.

Opinnäytetyössä toin näkyväksi freelance-työn ominaispiirteitä ja eroja palkkatyöhön nähden. Tässä erityisesti freelancerin vastuu kaikesta omassa työskentelyssään nousi esille. Graafisen suunnittelun opiskelijalle asiakkaan kanssa työskentely ylipäättään voi tuntua aluksi hankalalta. Järjestelmällisyys, perustellut valinnat ja hyvät presentaatio- taidot ovat avainasemassa asiakkaan vakuuttamiseksi. Tilaajan brief ja luova brief toimivat työskentelyn aikana oivina apukeinoina. Hyvässä luovassa briefissä on määriteltävä tarkat raamit, joiden sisällä varsinainen suunnittelutyö tapahtuu. Näin huomioidaan asiakkaan tarpeet mahdollisia rajoituksia, esimerkiksi pientä budjettia unohtamatta.

Palkkio ja sopimus kulkevat käsi kädessä: on hyvä ottaa jo yhteistyön alussa esille, miten palkkio rakentuu ja mitä kaikkea se pitää ja ei pidä sisällään. Hinnoitteluun on olemassa hyviä apuvälineitä, mutta niin opiskelijan kuin ammattilaisenkin on lopulta määriteltävä itse, mitä kustakin projektista veloittaa. Myös tekijänoikeuslaki nivoutuu yhteen palkkion ja sopimuksen muodostamaan kokonaisuuteen. Käyttöoikeuksien myynti tulisi aina huomioida sopimusta tehdessä ja laskua laskettaessa. Esittelin tutkielmassa hieman erilaisia verotuksen ja yleisemmin yritystoiminnan muotoja freelancerille. Opiskelijan kannattaa pitäätyä sivutulo- tai freelancerverokortin käytössä. Jos työskentely muuttuu ammattimaisemmaksi, kannattaa hakea lisätietoa oman yritystoiminnan kannalta parhaan toimintatavan löytämiseksi.

Asiantuntijahaastatteluissa kuultiin Grafia ry:n toiminnanjohtaja Katri Soramäen sekä Aalto ARTS Books –kustantamon kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjosen näkemyk-

siä opiskelijan freelance-työskentelystä. Vaikka haastateltavien lähtökohdat olivat erilaiset, heidän vastauksensa olivat linjassa niin toistensa kuin lähdekirjallisuudenkin kanssa. Harmikseni jouduin kuitenkin toteamaan, ettei haastateltavillakaan ollut tarjota tarkempia neuvoja esimerkiksi hinnoittelun suhteen: vaikuttaakin siltä, että opiskelijoita eniten askarruttaviin asioihin ei ole olemassa ohjeita, vaan ainoa tapa saada varmuutta on työkokemuksen kartuttaminen. Aikataulujen kunnioittaminen, asiakkaan kanssa yhteisen kielen löytäminen sekä avoin keskustelu olivat haastateltavien silmissä avainasioita, jotka graafikon tulisi hallita. Opiskelijatyön hinnoittelu ammattilaisten hintaa matalammalle oli heistä sopivaa, kunhan minkäänlaista riistämisen tunnetta työn teki-
jälle ei synny. Viimeistään opintojen lopussa he kuitenkin neuvoivat reilusti korotta-
maan taksan ammattilaisten tasolle.

Vaikka tiesin aiheen rajauksen olevan tärkeää, olin ehkä silti valinnut hieman liian laajan aihekokonaisuuden tutkielmakseni. En koe epäonnistuneeni työssä tämän vuoksi, mutta monia teemoja olisin mielelläni käsitellyt syvemmin, jos työhön varattu aika ja laajuus olisivat sen sallineet. Näitä teemoja ovat esimerkiksi verotus ja yrittäjyys, jotka koskettavat jossain määrin jokaista, joka toimii freelancerina. Asiakokonaisuuksina ne vaatisivat kuitenkin jo aivan toisen tutkielman laajuutensa vuoksi. Sain kuitenkin valotettua hieman itselleni ja mahdolliselle lukijalle, mitä asioita näiden teemojen sisälle kuuluu ja mistä niistä saa lisätietoa.

Oppaan osuus opinnäytetyössäni jäi melko pieneksi, mikä sinänsä oli alusta asti tarkoituskin. Mielestäni oppaasta tuli selkeä ja informatiivinen kokonaisuus, johon olen itse tyytyväinen. Taustatutkimuksen tekoon opinnäytetyön varsinaisen tutkielman puitteissa kului kuitenkin paljon aikaa, enkä juuri ehtinyt hioa valmista opasta tai pyytää siitä palautetta. Uskon sen kuitenkin saavuttavan tavoitteensa, sillä käsitteelin siinä tiiviisti palkkiota ja sopimusta, jotka vaikuttavat olevan opiskelijoille ongelmallisimmat aihealueet freelance-työskentelyssä. Opinnäytetyöhöni löytyi tietoa kuitenkin niin paljon ja monesta eri aiheesta, että suurimman hyödyn opiskelija saattaisi saada lukemalla koko tutkielman. Tutkielmasta tuli niin laaja, ettei sitä olisi mitenkään voinut tämän projektin puitteissa tiivistää selkeäksi oppaaksi.

Koen, että tämän tyypiselle tutkielmalle etenkin juuri opiskelijan näkökulmasta on tarvetta. Heikki Jokisen Graafikon tuoreet eväät on erinomainen teos, joka kaikkien freelance-graafikoiden olisi hyvä lukea. Opiskelijalla voi kuitenkin olla sellaista epävarmuut-

ta esimerkiksi asiakkaan kanssa työskentelyssä, johon Jokisen teos ei välttämättä anna apuja. Palkkion määrittely opiskelijan näkökulmasta jäi opinnäytetyössäni melko epävarmaksi kokonaisuudeksi, sillä varsinaista lähdekirjallisuutta en siitä löytänyt, eikä haastateltavillakaan ollut tarkempia ohjeita aiheesta. Sain kuitenkin tietoa keskustelemalla opettajien kanssa. Koen kuitenkin onnistuneeni kokoamaan sellaiset eväät, joilla opiskelija pääsee alkuun omaa hinnoitteluaan hahmotellessaan. Tiedot, joita sain kootua opiskelijan hinnoittelun avuksi tässä tutkielmassa, olisivat olleet itselleni aikoinaan valtaisa apu – ja ovat nytkin.

Opin tätä tutkielmaa tehdessäni hurjasti uutta freelance-työskentelystä. Jos voisin tehdä jotain toisin, miettisin ehkä vielä tiukemmin aiheen rajauksen, jotta sen käsittelemisen tarpeeksi kattavasti olisi helpompaa. Koen kuitenkin työn kaiken kaikkiaan onnistuneen hyvin. Työn sisällöllinen anti oli suuri: tämän tutkielman myötä osaan nyt ennaltaehkäistä mahdollisia ongelmatilanteita freelance-toiminnassani ammattimaisesti. Koen saaneeni tiedon kautta itsevarmuutta, sillä osaan nyt perustella paremmin valintojani ja esimerkiksi palkkioni muodostumista asiakkaalle.

Jatkotutkimusta voisi mielestäni tehdä osa-aikaisen freelance-työskentelyn suhteesta yrittäjyyteen. On selvästi nähtävissä, ettei freelance-toiminta sovi aivan saumattomasti tämänhetkiseen yhteiskuntaan – sen monimuotoisuus tuottaa ongelmia verotuksen, vakuutusmaksujen ja muiden työelämän rakenteiden kannalta. Olisi mielenkiintoista ja hyödyllistä selvittää, millaisissa tilanteissa freelancer on väliinputoaja, kun työnkuva ei vastaa yrittäjyyden tai työsuhteen standardeja. Lisäksi olisi kiinnostavaa tutkia lisää esimerkiksi alan ilmiötä työharjoittelijoiden käytöstä vakituisena työvoimana työntekijöiden sijaan. Työharjoittelu tarjoaa opiskelijalle mahdollisuuden kallisarvoisen työkokemuksen kartuttamiseen, mutta ilmainen työvoima alalla vääristää markkinoita ja vaikeuttaa ammattilaisten työllistymistä. Tulevaisuudessa voisin myös tarjota opasta jollekin alan järjestölle kustannettavaksi, jolloin opas saisi laajemman levikin. Kustantajan saatuni voisin myös kasvattaa koko projektia: keräämäni materiaalin ja uuden aineiston pohjalta voisin laatia oppaita myös muille visuaalisen alan opiskelijoille. Näin saisin tehtyä kokonaisen sarjan oppaita avittamaan esimerkiksi muotoilun, valokuvauksen ja vaatesuunnittelunkin opiskelijoita freelance-työskentelyn monimutkaisessa maailmassa.

Lähteet

Eläketurvakeskus 2015. Eläkejärjestelmät. Eläketurvan kattavuus ja vakuuttaminen. YEL-yrittäjät. <[http://www.etk.fi/fi/service/yel-yrittajat/237/yel-yrittäjät](http://www.etk.fi/fi/service/yel-yrittajat/237/yel-yrittajat)> (Luettu 23.4.2015)

Fuentes, Felipe 2012. Mallikuvan käyttö. Suunnittelijan henkilökohtaista materiaalia.

Grafia ry 2004. Toim. Karttunen, Liisa; Koskinen, Katariina; Kurppa, Hanna; Merenlahti, Anu; Ollikainen, Teemu & Reponen, Anja: 1. Luku. Graafiset suunnittelijat kirjoittavat. Helsinki: Grafia ry.

Grafia ry 2015. Tietoa alasta. <<http://www.grafia.fi/tietoa-alasta/>> (Luettu 6.2.2015)

Hembree, Ryan 2006. The Complete Graphic Designer: A Guide to Understanding Graphics and Visual Communication. Gloucester: Rockport Publishers, a member of Quayside Publishing Group.

Hemming, Mia 2012. Freelancer-työllä on monta muotoa. Akavalainen. Akava. <http://www.akava.fi/akavalainen/arjessa/tyoelamassa/freelancer-tyolla_on_monta_muotoa> (luettu 2.2.2015). *Juttu on ilmestynyt Akavalainen-lehden numerossa 2/2012.*

Jokinen, Heikki 2009. Graafikon tuoreet eväät. Lahti: Aldus.

Jokinen, Heikki 2012. Sitä saa mitä hankkii. Visuaalisen viestinnän hankintaopas. Helsinki: Lönnberg Print & Promo.

Jyväskylän yliopisto 2015. Avoimet. Humanistinen tiedekunta. <<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/teemoittelu>> (Luettu 12.2.2015)

Melder, Ant & Perry, Matt 2004. Marketing Your Creativity: New approaches for a Changing Industry. Lausanne: AVA Publishing SA.

Opetus- ja kulttuuriministeriö 2015. Tekijänoikeus. <http://www.minedu.fi/OPM/Tekijaenoikeus/tekijaenoikeuden_perusteita/tekijanoikeudesta_kysyttya/perusteita.html> (Luettu 12.2.2015)

Rees, Darrel 2014. How to Be an Illustrator. Lontoo: Laurence King Publishing Ltd.

Suomen freelance-journalistit ry 2013a. Palkkiot ja sopimukset. <<http://uusi.freet.fi/palkkiot-ja-sopimukset/miten-free-journalisti-hinnoittelee-tyonsa/>> (Luettu 6.2.2015)

Suomen freelance-journalistit ry 2013b. Free-työn tietopankki.
<<http://uusi.freet.fi/freetyon-tietopankki/sosiaaliturva-2/elaketurva/>> (Luettu 10.2.2015)

Taloussanomat 2015. Pörssi. Taloussanakirja. Rojalti.
<http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/termi/rojalti/> (Luettu 17.4.2015)

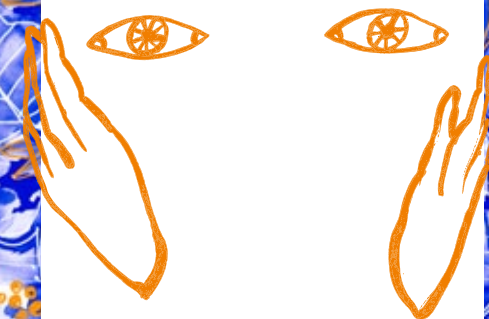
Verohallinto 2015a. Verokortti. Palkkatulon verokortti. <[http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Verokortti/Palkkatulon_verokortti\(9446\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Verokortti/Palkkatulon_verokortti(9446))> (Luettu 6.2.2015)

Verohallinto 2015b. Yritys- ja yhteisöasiakkaat. Osakeyhtiö ja osuuskunta. Arvonlisäverotus. https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus (Luettu 23.4.2015)

Verohallinto 2015c. Yritys- ja yhteisöasiakkaat. Osakeyhtiö ja osuuskunta. Arvonlisäverotus. Vähäinen liiketoiminta on arvonlisäverotonta. <[https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus/Vahainen_liiketoiminta_on_arvonlisaverot\(9640\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus/Vahainen_liiketoiminta_on_arvonlisaverot(9640))> (Luettu 23.4.2015)

A P U A , A S I A K A S !

Opas aloittelevalle
freelance-graafikolle



Katja Ronkanen | Metropolia 2015

SISÄLLYS



SISÄLLYSLUETTELO

Johdanto	4
Sopimus	6
Palkkio	12
Prosessi	18

JOHDANTO



GRAAFISEN SUUNNITTELUN OPISKELIJALLE tarjoutuu usein jo opintojen aikana pieniä freelance-keikkoja. Niihin tartutaan herkästi, sillä työkokemusta, portfolionäytteitä ja tienestejä kaivataan. Ensimmäisiä töitä oikeiden asiakkaiden kanssa tehdessä graafikko voi kuitenkin huomata joutuneensa työelämän viidaksoon, kun projektiin sisältyykin yllättävän paljon uusia asioita. Graafikon tulee yhtäkkiä hallita yhteistyö maksavan asiakkaan kanssa. Joskus saattaa käydä sellaisia mokia, jotka oltaisiin voitu välttää helposti. Kokemuksen kautta työn kiemurat oppii parhaiten, mutta kaikkea ei kannata opetella kantapään kautta. Vaikka viidakossa pätee viidakon lait, on työelämässä parasta toimia tiedostaen ja vastuullisesti.

Tämä opas on osa Katja Ronkasen opinnäytetyötä. Oppaan tarkoitus on avittaa graafisen suunnittelun opiskelijoita tai muita aloittelevia freelancereita suunnitteluprojektin ammattimaisessa työstämisessä. Tavoitteena on esitellä sellaisia aspekteja, joita graafisen suunnittelun korkeakouluopinnoissa ei välttämättä käsitellä, mutta jotka monesti tulevat graafikolle vastaan jo uran alkuvaiheilla. Parhaimmillaan opas toimii suunnanantajana ja antaa varmuutta tekemiseen; jokainen keikka on kuitenkin oma tapauksensa, eikä mitään yhtä oikeaa toimintatapaa ole olemassa.

SOPIMUS



MIKSI KIRJALLINEN SOPIMUS?

Suullinen sopimus on sitova. Erimielisyystilanteessa siitä on kuitenkin mahdotonta palata tarkistamaan, mitä oikein sovittiin. Kirjallisella sopimuksella on ongelmia ennaltaehkäisevä vaikutus. Projektin alussa kannattaa aina käydä asiakkaan kanssa läpi yksityiskohtaisesti kaikki huomioitavat asiat. Esimerkiksi tarkka aikataulu, materiaalien toimitusajankohta, korjauskierrosten määrä ja lopullisen työn toimitusformaatti ovat asioita, jotka helposti jäävät sopimatta.

Sopimuksen tekeminen saattaa tuntua niin viralliselta, ettei sellaista haluta tehdä. Siksi onkin hienoa, että esimerkiksi sähköpostikeskustelukin käy sopimuksesta, onhan se mustaa valkoisella. Jos graafikko tekee tarjouksen, jossa kaikki projektin osat ja

vaiheet on listattu hintoineen, on tämäkin sopimus - kunhan asiakas on sen hyväksynyt.

Yhteistyössä voi tulla monenlaisia tilanteita ja muutoksia matkaan. Graafikon kannattaa ainakin tiedostaa, millaisista asioista yleensä sovitaan. Sitten voi luoda oman, luontevan tavan huolehtia siitä, että kaikki tarvittava on kirjattu ylös yhteisymmärryksessä asiakkaan kanssa.

Toimeksiantosopimus



1. SOPIJAOSAPUOLET

Tilaaaja

Nimi: _____

Y-tunnus: _____

Yhteyshenkilö: _____

Osoite: _____

Puhelinnumero: _____

Sähköpostiosoite: _____

Tekijä

Nimi: _____

Yhteyshenkilö: _____

Osoite: _____

Puhelinnumero: _____

Sähköpostiosoite: _____

Y-tunnus: _____

Tekijän ennakkoveronumero: _____

Toimeksianto:

Toimeksiannon sisältö:

Tekijä toimittaa työn seuraavassa muodossa:

☐ painovalmis PDF

☐ kuvitusoriginaali

☐ alkuperäinen tiedostomuoto

☐ muu muoto

2. AIKATAULU

Tekijä toimittaa ensimmäiset luonnokset [pvm]: _____

Tekijä toimittaa valmiin työn [pvm]: _____

Tilaaaja toimittaa aineiston [pvm]: _____

Tilaaajan toimittaman aineiston muoto: _____

3. OIKEUDET

Asiakas saa käyttää tämän projektin töitä seuraaviin käyttötarkoituksiin:

Mediat/julkaisut, joihin käyttöoikeus:

Aika: _____

Uusintapainos

☐ ei oikeutta

☐ oikeus ____ uusintapainokseen

Alue

☐ Suomi

☐ Muut maat

☐ Ei rajoitusta

Muut ehdot:

Teoksen muuttamisesta tai muunnelmasta tulee sopia tekijän kanssa erikseen. Teoksen käytöstä muuhun kuin sovittuun tarkoitukseen on sovittava teoksen tekijän kanssa.

Tekijä saa vapaakappaleita seuraavasti:

Sopimuksen mukaiset oikeudet siirtyvät tilaajalle kun tilaaja on kokonaisuudessaan maksanut laskun.

4. PALKKIO

Palkkion määrä: _____

Arvonlisäveron osuus, alv 24 %: _____

Yhteensä: _____

Maksuehdot:

Rojaltipalkkio:

Lisätyöt ja niiden maksuperiaate (esim. käsikirjoitukseen kuulumattomat korjaukset eivät sisälly työn hintaan):

5. KULUT

Tilaaaja maksaa tekijälle palkkion lisäksi erikseen sovittavat kulut, esim. matkakulut, kuvittajien, valokuvaajien tai muiden alihankkijoiden käytöstä aiheutuneet kulut (+ alv 24 %).

6. MUUTA

Paikka ja päiväys: _____

Allekirjoitukset:

Toimeksiantosopimuksen liitteenä on Grafia ry:n laatimat Graafisen suunnittelun ja kuvituksen yleiset sopimusehdot, jotka tulevat osaksi toimeksiantosopimusta. Sikäli kun yleisten ja erityisten ehtojen välillä on ristiriitaa, sovelletaan erityisiä ehtoja.

Yleiset toimitusehdot

1. SOVELTAMISALA

1.1 Näitä toimitusehtoja sovelletaan graafisen suunnittelun ja kuvituksen piiriin kuuluvissa tehtävissä.

1.2 Teoksella tarkoitetaan kaikkia graafisen suunnittelun ja kuvituksen yhteydessä syntyneitä luonnoksia tai piirroksia.

1.3 Toistamisella tarkoitetaan kappaleen valmistamista teoksesta painamalla, monistamalla, jäljentämällä, digitaalisesti tai muulla tavalla.

2 TIEDOT

2.1 Toimeksiantajan on annettava täydelliset tiedot tilatun teoksen käyttötarkoituksesta sekä sille asetetuista taiteellisista, mainonnallisista tai erityisistä ammatillisista vaatimuksista.

2.2 Toimeksiantajan on toimitettava kaikki tarvittavat tiedot tekijälle sovittussa ajassa ja muodossa. Mikäli tämä laiminlyödään, on tekijällä vastaavasti oikeus saada muutos aikataulun ja/tai korvaus tämän mahdollisesti aiheuttamasta lisätyöstä.

2.3 Jos työ tilataan samanaikaisesti usealta graafiselta suunnittelijalta / kuvittajalta, on kyseessä kilpailu. Tällöin on tavallisen palkkion lisäksi suoritettava palkintosumma kuten kutsukilpailussa. Tilattaessa on tekijälle ilmoitettava, suoritavatko useammat graafiset tekijät/kuvittajat saman tehtävän.

3 KUVITUKSEN KÄSITTELY

3.1 Kuvituksia – sekä luonnoksia että valmiita aineistoja – on käsiteltävä varovasti: niitä ei saa taltiaa, murtaa, liata tai vahingoittaa muulla tavoin. Mahdolliset merkinnot on tehtävä lyijykynällä ja ne on tehtävä marginaaliin, suojapaperiin tai erilliselle paperille.

4 IDEALUONNOKSET JA LUONNOKSET

4.1 Kun tekijä on luovuttanut teoksen luonnokset toimeksiantajalle, niitä ei saa ilman hänen suostumustaan julkaista tai käyttää muulla tavoin.

4.2 Mikäli toimeksiantaja haluaa tehdä luonnokseen muutoksia tai kehittää sitä edelleen, on näiden suorittamiseen oikeus vain tekijällä itsellään tai hänen valtuutetamalleen henkilöllä.

4.3 Luonnoksia ei saa näyttää tai luovuttaa ulkopuolisille.

5 OIKEUDET

Käyttöoikeus

5.1 Saatuaan täyden korvauksen tekijä luovuttaa toimeksiantajalle oikeuden valmistaa teoksista kappaleita ja saattaa yleisön saataviin siinä laajuudessa, josta on sovittu. Käyttöoikeus koskee vain ensimmäistä painosta, ellei muuta ole sovittu. Kyse on siten kertaluontoisesta käyttöoikeuden luovutuksesta.

5.2 Jos toimeksiantaja haluaa käyttää teosta tai osia siitä muuhun tarkoitukseen kuin aluperin on sovittu (laajennettu käyttö), on hänen saatava siihen tekijän suostumus ja tekijällä on tällöin oikeus lisäkorvaukseen.

5.3 Teosta ei saa saattaa yleisön saataviin tekijän taiteellista arvoa tai omalaatuisuutta loukkaavalla tavalla tai loukkaavassa yhteydessä.

5.4 Käyttöoikeus on voimassa vain Suomessa. Toimeksiantaja saa oikeudet koko maailmaa varten vain sopimalla tästä tekijän kanssa.

Tekijän nimen ilmoittaminen

5.5 Kun teos saatetaan yleisön saataviin on tekijän nimi ilmoitettava sillä tavoin kuin hyvä tapa ja kyseisen alan ammattikäytäntö vaatii.

Käyttöoikeuden luovuttaminen eteenpäin

5.6 Toimeksiantajalla ei ole ilman tekijän suostumusta oikeutta luovuttaa teoksen sovittua käyttöoikeutta eteenpäin kolmannelle.

Käyttölle asetettavat vaatimukset

5.7 Ilman tekijän hyväksymistä teosta ei saa käyttää muun kokoisena, muissa vä-reissä tai muutoin muutettuna tai kuin on sovittu, lukuun ottamatta pieniä teknis-luontoisia korjauksia.

5.8 Tekijällä on oikeus vaatia työnsä tyydyttävää toistamista ja hänellä on oltava mahdollisuus nähdä koeverdos etukäteen. Tekijällä on oikeus valvua toistamista, jonka tulokset eivät saa poiketa alkuperäiskappaleesta enempää kuin käytetty toistamismenetelmä vaatii.

Alkuperäiskappaleiden omistusoikeus

5.9 Kaikki kuvitusoriginaalit, sekä luonnokset että valmiit aineistot ovat tekijän omaisuutta ellei toisin ole sovittu. Kuvitusoriginaalien omistusoikeuden luovutuksesta on kussakin tapauksessa maksettava eri palkkio.

5.10 Alkuperäiskappale on palautettava tekijälle sovittu käytön jälkeen virheettömänä eikä siihen saa tehdä mitään korjauksia.

5.11 Tekijänoikeus teoksiin kuuluu tekijälle. Teosten tekijänoikeudet ovat voimassa 70 vuotta tekijän kuoleman jälkeen ja tavallisten valokuvien osalta 50 vuotta sen vuoden päättymisestä, jona kuva valmistettiin.

6 PALKKIOT

Palkkio käyttöoikeuden luovutuksesta

6.1 Toimeksiantajan on maksettava palkkio tekijälle sovittu maksuaikataulun mukaisesti tai jos aikataulusta ei ole erikseen sovittu viimeistään, kun työ luovutetaan toimeksiantajalle.

6.2 Tilatusta ja toimitetusta hyväksytyn luonnoksen mukaisesta valmiista aineistosta on maksettava täysi palkkio riippumatta siitä, käytetäänkö sitä tai ei. Jos tilaaja keskeyttää työn tekijästä riippumattomasta syystä ennen kuin se on valmistunut, on tekijällä niin ikään oikeus koko palkkiioon.

6.3 Palkkio koskee ensimmäistä painosta. Uutta painosta otettaessa on tekijällä oikeus lisäkorvaukseen, ellei toisin ole sovittu, ja tekijälle on ilmoitettava etukäteen uudesta painoksesta. Tästä säännöstä ovat poikkeuksena ne teokset, jotka aluperin on tarkoitettu toistuvaan käyttöön – esimerkiksi logo-, liike- ja tavaramerkit. Mikäli uusintapainoksesta on sovittu, mutta palkkiota ei ole määritetty, on se 50 % alkuperäisestä palkkiosta. Osapuolet voivat halutessaan sopia myös rojaltipalkkiosta. Tällöin tekijällä on oikeus saada sovittu prosenttiosuus teoskappaleiden verottomasta myyntihinnasta. Mikäli toimeksiannon edellytykset tai ohjeet muuttuvat toimeksiannon aikana, on tekijällä oikeus palkkiioon lisätyöstä.

Palkkio luonnoskappaleesta

6.4 Tilatusta ja toimitetusta teoksen luonnoksesta on tekijällä oikeus saada luonnospalkkio. Palkkio on maksettava luovutettaessa ja riippumatta siitä johtaako luonnos valmiiseen aineistoon vai ei. Luonnospalkkion maksaminen ei oikeuta tilaajaa minkäänlaiseen toistamiseen.

6.5 Mikäli luonnosta tekijän suostumuksella käytetään alkuperäiskappaleena, on siitä maksettava täysi korvau.

7 VAPAAKAPPALEET

7.1 Tekijällä on haluttaessaan oikeus saada teoksesta ilmaiseksi sovittu mukainen määrä tekijän kappaleita. Näitä tekijä saa vapaasti käyttää mm. näyttelymateriaalina, kilpailuissa ja työnäytteinä. Lisäksi tekijällä on oikeus käyttää työnäyteenä teoksia omilla kotisivuillaan.

8 SOVITTU TEHTÄVÄ

8.1 Tekijällä on oikeus käyttää alihankkijaa tehtävän suorittamisessa. Tekijä vastaa alihankkijan työstä tilaajalle.

8.2 Mikäli tekijä ei tee tilattua toimeksiantoa tai aikataulu viivästyy olennaisesti tekijästä johtuvasta syystä, tilaajalla on oikeus saada kohtuullinen alennus palkkiioon.

8.3 Mikäli toinen sopijapuoli rikkoen sopimusta olennaisesti, on toisella sopijapuolella oikeus purkaa sopimus ja vaatia vahingonkorvausta välittömistä vahingoista. Vahingonkorvauksee voi kuitenkin olla enintään verottoman toimeksiantopalkkion suuruinen.

8.4 Mikäli tilaaja loukkaa tekijän tekijänoikeuksia, on tekijällä oikeus vaatia teosten käytön välitöntä lopettamista sekä esittää tilaajalle kaikki tekijänoikeuslain mukaiset vaatimukset loukkauksen johdosta.



TEKIJÄNOIKEUS

Tekijänoikeus suojaa teosta. Teoskynnys ylittyy, kun työ on tarpeeksi omaperäinen luovan työn tulos. Teoksen tekijä määrää siitä, missä ja miten teosta voidaan käyttää. Teoksen saattaminen yleisön saataviin, sen kopioiminen, muuntelu tai toisessa taiteenlajissa käyttäminen ovat tekijän yksinoikeuksia. Tekijänoikeus jakautuu taloudellisiin ja moraalisiin oikeuksiin. Tekijä voi myydä erilaajuisia oikeuksia teoksen käyttöön, ja hinnan tulisi määräytyä suhteessa myönnettyjen käyttöoikeuksien laajuuteen. Moraalisiin oikeuksiin kuuluu tekijän nimen ilmoittaminen teosta käytettäessä. Teosta ei myöskään saa esittää sellaisessa yhteydessä tai tavalla, joka on tekijälle loukkaava. Osa graafisen suunnittelijan tienesteistä kertyy oikeuksia myymälä – kertaalleen tehdyllä työllä voi siis tienata edelleen.

Lähde: Opetus- ja kulttuuriministeriö



PALKKIO



MISTÄ PALKKIO KOOSTUU?

Graafikon työssä maksaa muukin kuin vain tietokoneen tai piirustuspöydän ääressä istuttu aika. Tehdystä työstä pitäisi aina saada kohtuullinen korvaus – riistämisen tuntua ei tarvitse opiskelijankaan sallia.

Etenkin aluksi kiinteän palkkiosumman määrittely erilaisille projekteille voi tuntua todella vaikealta. Siksi kannattaa lähteä liikkeelle miettimällä, millaisen tuntikorvauksen työstään vähintään haluaisi tienata. Freelancerin tulee muistaa, että kaikki työvaiheet palavereista ja sähköposteista tiedoston painokuntoon saattamiseen ovat laskutettavia tehtäviä. Lisäksi tekijänoikeuskorvaus tulisi muistaa laskutuksessa.

Joskus aineisto myöhästyy, ja tämän takia graafikko joutuu ylitöihin. Tällöin on kohtuullis-

ta veloittaa esimerkiksi 1,5-kertainen korvaus. Sopimuksessa kannattaa mainita tästä. Lopullista laskua kirjoittaessa kaikki laskuun vaikuttavat osaset kannattaa kirjata mahdollisimman selkeästi ja avoimesti ylös. Näin tilaajallekin jää selkeä käsitys siitä, mistä kaikesta hän on graafikolle maksanut. Tuolloin suureltaakin tuntuva lasku voi olla helpompi sulattaa.

Muista aina ottaa raha heti projektin alussa puheeksi, vaikka se saattaakin tuntua kiusalliselta. Kun summasta – ja siihen kuuluvista ja kuulumattomista osista – sovitaan ennen varsinaisen työn aloittamista, välttyään kiusallilta mutkilta myöhemmin projektin aikana.

PALKKASUOSITUKSIA HINNOITTELUN TUEKSI

Lähde: Suomen freelance-journalistit ry

GRAAFISEN SUUNNITTELIJAN, AD:N, TAITTAJAN JA KUVITTAJAN HINTASUOSITUKSET ERI MEDIOISSA

SANOMA- JA AIKAKAUS- LEHDISTÖ

Yleinen tuntiveloitus 81 € /tunti
Päivän työ 620 euroa.
Sivukorvaus sekä valmiin sivun uuden suunnittelu 81 €/tunti (rutiinityö)
Verkkosivujen graafinen suunnittelu 81 €/tunti.

Hinnoittelun perusteena on tunti-, sivu- tai kappaleveloitus.

Suuremmissa kokonaisuuksissa työlle voi laskea kokonaistarjouksen.

Art directorin työtä vastaavan suunnittelun tai ulkoasusuunnittelun sekä sivupohjan ja mallisivun eli mastersivun suunnittelun hinnoittelussa tuntikorvauksen tulee olla työn vaativuuden vuoksi yllä mainittuja korkeampi.

Ulkoasusuunnittelun ja toteutuksen hintaan lisätään aina arvonlisävero 24 %.

Logot, vinjetit ja kuvitukset ovat tekijänoikeuden luovutuksina alvittomia. Alv lisätään, jos niitä käytetään mainostarkoitukseen.

KIRJAN GRAAFINEN SUUNNITTELU

Kirjan graafisen ulkoasun suunnittelun tuntiveloitus 81 € /tunti.
Kirjan kannen suunnittelu 81 € /tunti.
Sivupohjan eli masterpohjan suunnittelu 81 € /tunti.
Sivun graafinen suunnittelu 81 € /tunti.

Uusintapainoksista veloitetaan 50 % alkuperäisestä hinnasta.

Julkaistavasta kirjasta kustantaja tekee graafikon kanssa kustannussovimuksen.

KUVITTAMINEN

Kuvitustyön ja käyttöoikeuden tuntihinnat suunnittelu- ja toteutustyölle 81 €/tunti.

Kuvitusta voi myydä myös kappalehinnoilla, jolloin tulee huomioida työn vaati-vuus, julkaiseva media, kuvan käyttöoikeuksien laajuus sekä sallittu käyttöaika. Kappalehinnat vaihtelevat näistä syistä johtuen suuresti.

Alkuperäisteos on aina tekijän omaisuutta. Sen myyntihintaan lisätään alv 10 %.

Mainostarkoituksiin tehtyjen kuvitusten ja graafiseen suunnittelun hintoihin lisätään alv 24 %.

Lehtikuvitukset ovat arvonalisäverottomia.



OPISKELIJATYÖN HINTA

Opiskelijan työlle ei ole virallista hintasuositusta graafisen suunnittelun alalla. Opiskelijan on kuitenkin kohtuullista suostua työhön ammattilaista halvemmalla, sillä hänellä ei välttämättä ole maksettavanaan yhtä suuria kuluja. Ammattilaisen laskutuksesta meneekin noin puolet kuluihin. Esimerkiksi toimiston vuokra, laitteet ja ohjelmistot ovat menoeriä, joista ammattilainen joutuu huolehtimaan itse. Opiskelijalla sen sijaan on yleensä mahdollisuus työskennellä oppilaitoksen tiloissa ja laitteilla. Opiskelija voi veloittaa työstään esimerkiksi reilun puolet ammattilaisen hintatasoon nähden.



PROSESSI



SUUNNITTELUPROSESSIN VAIHEET

Opintojen aikana työprosessi voi olla hieman vääristynyt, sillä työtä arvioivat usein vain alan opettajat ja opiskelijat. Graafista suunnittelua tehdään kuitenkin erilaisten asiakkaiden monenlaisiin tarpeisiin, ja sillä on aina jonkinlainen tavoite.

Graafikon on tärkeää ymmärtää suunnitteluprosessin vaiheet. Tällöin hänen ei tarvitse käyttää aikaa niiden pohtimiseen ja järjestelyyn, jolloin kaikki käytettävissä oleva aika jää varsinaiseen suunnittelutyöhön.



PORTFOLIO
KUNNOSSA

KEIKKA
SAATU

PALJONKO
KANNATTAA
LASKUTTAA?

MUISTA SFJ:N
HINTASUOSITUKSET

TARJOUS
& SOPIMUS



TILAAJA
BRIEFÄÄ
TYÖHÖN

LUONNOSTELU

VÄLINÄYTTÖ I

RATKAISU-
VERSIOIDEN
SUUNNITTELU

VÄLINÄYTTÖ II
TOTEUTETTAVAN
VERSION VALINTA

SUUNNITTELU
& VIIMEISTELY

HYVÄKSYTYS
TILAAJALLA

AIHEISTON
TOIMITUS
PAINOONVIENTI



LASKUTUS

VERO!

TIETOA FREELANCERIN
VEROKORTISTA: VERO.FI

YRITYSMUODOT?

KUN TOIMINTAA ON PALJON,
TSEK: UUSI.FREET.FI TAI
UUSYRITYSKESKUS.FI

ASIAKASSUHTTEEN
YLLÄPITO





Grafia ry:n toimeksiantosopimus

Toimeksiantosopimus



1. SOPIJAOSAPUOLET

Tilaaaja

Nimi: _____
Y-tunnus: _____
Yhteyshenkilö: _____
Osoite: _____
Puhelinnumero: _____
Sähköpostiosoite: _____

Tekijä

Nimi: _____
Yhteyshenkilö: _____
Osoite: _____
Puhelinnumero: _____
Sähköpostiosoite: _____
Y-tunnus: _____
Tekijän ennakkoveronumero: _____

Toimeksianto:

Toimeksiannon sisältö:

Tekijä toimittaa työn seuraavassa muodossa:

- ☐ painovalmis PDF
☐ kuvitusoriginaali
☐ alkuperäinen tiedostomuoto
☐ muu muoto

2. AIKATAULU

Tekijä toimittaa ensimmäiset luonnokset (pvm): _____
Tekijä toimittaa valmiin työn (pvm): _____

Tilaaaja toimittaa aineiston (pvm): _____
Tilaaajan toimittaman aineiston muoto: _____

3. OIKEUDET

Asiakas saa käyttää tämän projektin töitä seuraaviin käyttötarkoituksiin:

Mediat/julkaisut, joihin käyttöoikeus:

Aika: _____

Uusintapainos

- ☐ ei oikeutta
☐ oikeus ____ uusintapainokseen

Alue

- ☐ Suomi
☐ Muut maat
☐ Ei rajoitusta

Muut ehdot:

Teoksen muuttamisesta tai muunnelmasta tulee sopia tekijän kanssa erikseen. Teoksen käytöstä muuhun kuin sovittuun tarkoitukseen on sovittava teoksen tekijän kanssa.

Tekijä saa vapaakappaleita seuraavasti:

Sopimuksen mukaiset oikeudet siirtyvät tilaajalle kun tilaaja on kokonaisuudessaan maksanut laskun.

4. PALKKIO

Palkkion määrä: _____
Arvonlisäveron osuus, alv 24 %: _____
Yhteensä: _____

Maksuehdot:

Rojaltipalkkio:

Lisätyöt ja niiden maksuperiaate (esim. käsikirjoitukseen kuulumattomat korjaukset eivät sisälly työn hintaan):

5. KULUT

Tilaaaja maksaa tekijälle palkkion lisäksi erikseen sovittavat kulut, esim. matkakulut, kuvittajien, valokuvaajien tai muiden alihankkijoiden käytöstä aiheutuneet kulut (+ alv 24 %).

6. MUUTA

Paikka ja päiväys: _____

Allekirjoitukset:

Yleiset toimitusehdot

1 SOVELTAMISALA

1.1 Näitä toimitusehtoja sovelletaan graafisen suunnittelun ja kuvituksen piiriin kuuluvissa tehtävissä.

1.2 Teoksella tarkoitetaan kaikkia graafisen suunnittelun ja kuvituksen yhteydessä syntyneitä luonnoksia tai piirroksia.

1.3 Toisintamisella tarkoitetaan kappaleen valmistamista teoksesta painamalla, monistamalla, jäljentämällä, digitaalisesti tai muulla tavalla.

2 TIEDOT

2.1 Toimeksiantajan on annettava täydelliset tiedot tilatun teoksen käyttötarkoituksesta sekä sille asetetuista taiteellisista, mainonnallisista tai erityisistä ammatiteknisistä vaatimuksista.

2.2 Toimeksiantajan on toimitettava kaikki tarvittavat tiedot tekijälle sovituksessa ajassa ja muodossa. Mikäli tämä laiminlyödään, on tekijällä vastaavasti oikeus saada muutos aikatauluun ja/tai korvaus tämän mahdollisesti aiheuttamasta lisätyöstä.

2.3 Jos työ tilataan samanaikaisesti usealta graafiselta suunnittelijalta / kuvittajalta, on kyseessä kilpailu. Tällöin on tavallisen palkkion lisäksi suoritettava palkintosumma kuten kutsukilpailussa. Tilattaessa on tekijälle ilmoitettava, suorittavatko useammat graafiset tekijät/kuvittajat saman tehtävän.

3 KUVITUKSEN KÄSITTELY

3.1 Kuvituksia – sekä luonnoksia että valmiita aineistoja – on käsiteltävä varovasti: niitä ei saa taittaa, murtaa, liata tai vahingoittaa muulla tavoin. Mahdolliset merkinnot on tehtävä lyijykynällä ja ne on tehtävä marginaaliin, suojapaperiin tai erillisellä paperilla.

4 IDEALUONNOKSET JA LUONNOKSET

4.1 Kun tekijä on luovuttanut teoksen luonnokset toimeksiantajalle, niitä ei saa ilman hänen suostumustaan julkaista tai käyttää muulla tavoin.

4.2 Mikäli toimeksiantaja haluaa tehdä luonnokseen muutoksia tai kehittää sitä edelleen, on näiden suorittamiseen oikeus vain tekijällä itsellään tai hänen valtuuttamallaan henkilöllä.

4.3 Luonnoksia ei saa näyttää tai luovuttaa ulkopuolisille.

5 OIKEUDET

Käyttöoikeus

5.1 Saatuaan täyden korvauksen tekijä luovuttaa toimeksiantajalle oikeuden valmistaa teoksista kappaleita ja saattaa yleisön saataviin siinä laajuudessa, josta on sovittu. Käyttöoikeus koskee vain ensimmäistä painosta, ellei muuta ole sovittu. Kyse on siten kertaluontoisesta käyttöoikeuden luovutuksesta.

5.2 Jos toimeksiantaja haluaa käyttää teosta tai osia siitä muuhun tarkoitukseen kuin alunperin on sovittu (laajennettu käyttö), on hänen saatava siihen tekijän suostumus ja tekijällä on tällöin oikeus lisäkorvaukseen.

5.3 Teosta ei saa saattaa yleisön saataviin tekijän taiteellista arvoa tai omalaatuisuutta loukkaavalla tavalla tai loukkaavassa yhteydessä.

5.4 Käyttöoikeus on voimassa vain Suomessa. Toimeksiantaja saa oikeudet koko maailmaa varten vain sopimalla tästä tekijän kanssa.

Tekijän nimen ilmoittaminen

5.5 Kun teos saatetaan yleisön saataviin on tekijän nimi ilmoitettava sillä tavoin kuin hyvä tapa ja kyseisen alan ammattikäytäntö vaatii.

Käyttöoikeuden luovuttaminen eteenpäin

5.6 Toimeksiantajalla ei ole ilman tekijän suostumusta oikeutta luovuttaa teoksen sovittua käyttöoikeutta eteenpäin kolmannelle.

Käytölle asetettavat vaatimukset

5.7 Ilman tekijän hyväksymistä teosta ei saa käyttää muun kokoisena, muissa väreissä tai muutoin muutettuna tai kuin on sovittu, lukuun ottamatta pieniä teknislunontaisia korjauksia.

5.8 Tekijällä on oikeus vaatia työnsä tyydyttävää toisintamista ja hänellä on oltava mahdollisuus nähdä koevedos etukäteen. Tekijällä on oikeus valvoa toisintamista, jonka tulokset eivät saa poiketa alkuperäiskappaleesta enempää kuin käytetty toisintamismenetelmä vaatii.

Alkuperäiskappaleiden omistusoikeus

5.9 Kaikki kuvitusoriginaalit, sekä luonnokset että valmiit aineistot ovat tekijän omaisuutta ellei toisin ole sovittu. Kuvitusoriginaalien omistusoikeuden luovutuksesta on kussakin tapauksessa maksettava eri palkkio.

5.10 Alkuperäiskappale on palautettava tekijälle sovitus käytön jälkeen virheettömänä eikä siihen saa tehdä mitään korjauksia.

5.11 Tekijänoikeus teoksiin kuuluu tekijälle. Teosten tekijänoikeudet ovat voimassa 70 vuotta tekijän kuoleman jälkeen ja tavallisten valokuvien osalta 50 vuotta sen vuoden päättymisestä, jona kuva valmistettiin.

6 PALKKIOT

Palkkio käyttöoikeuden luovutuksesta

6.1 Toimeksiantajan on maksettava palkkio tekijälle sovitus maksuaikataulun mukaisesti tai jos aikataulusta ei ole erikseen sovittu viimeistään, kun työ luovutetaan toimeksiantajalle.

6.2 Tilatusta ja toimitetusta hyväksytyn luonnoksen mukaisesta valmiista aineistosta on maksettava täysi palkkio riippumatta siitä, käytetäänkö sitä tai ei. Jos tilaaja keskeyttää työn tekijästä riippumattomasta syystä ennen kuin se on valmistunut, on tekijällä niin ikään oikeus koko palkkioon.

6.3 Palkkio koskee ensimmäistä painosta. Uutta painosta otettaessa on tekijällä oikeus lisäkorvaukseen, ellei toisin ole sovittu, ja tekijälle on ilmoitettava etukäteen uudesta painoksesta. Tästä säännöstä ovat poikkeuksena ne teokset, jotka alunperin on tarkoitettu toistuvaan käyttöön – esimerkiksi logo-, liike- ja tavaramerkit. Mikäli uusintapainoksesta on sovittu, mutta palkkiota ei ole määritetty, on se 50 % alkuperäisestä palkkiosta. Osapuolet voivat halutessaan sopia myös rojaltipalkkiosta. Tällöin tekijällä on oikeus saada sovittu prosenttiosuus teoskappaleiden verottomasta myyntihinnasta. Mikäli toimeksiannon edellytykset tai ohjeet muuttuvat toimeksiannon aikana, on tekijällä oikeus palkkioon lisätyöstä.

Palkkio luonnoskappaleesta

6.4 Tilatusta ja toimitetusta teoksen luonnoksesta on tekijällä oikeus saada luonnospalkkio. Palkkio on maksettava luovutettaessa ja riippumatta siitä johtaako luonnos valmistamiseen aineistoon vai ei. Luonnospalkkion maksaminen ei oikeuta tilaajaa minkäänlaiseen toisintamiseen.

6.5 Mikäli luonnosta tekijän suostumuksella käytetään alkuperäiskappaleena, on siitä maksettava täysi korvaus.

7 VAPAAKAPPALEE T

7.1 Tekijällä on haluttaessaan oikeus saada teoksesta ilmaiseksi sovitus mukainen määrä tekijän kappaleita. Näitä tekijä saa vapaasti käyttää mm. näyttelymateriaalina, kilpailuissa ja työnäytteinä. Lisäksi tekijällä on oikeus käyttää työnäytteinä teoksia omilla kotisivuillaan.

8 SOVITTU TEHTÄVÄ

8.1 Tekijällä on oikeus käyttää alihankkijaa tehtävän suorittamisessa. Tekijä vastaa alihankkijan työstä tilaajalle.

8.2 Mikäli tekijä ei tee tilattua toimeksiantoa tai aikataulu viivästyy olennaisesti tekijästä johtuvasta syystä, tilaajalla on oikeus saada kohtuullinen alennus palkkioon.

8.3 Mikäli toinen sopijapuoli rikkoo sopimusta olennaisesti, on toisella sopijapuolella oikeus purkaa sopimus ja vaatia vahingonkorvausta välittömistä vahingoista. Vahingonkorvaus voi kuitenkin olla enintään verottoman toimeksiantopalkkion suuruinen.

8.4 Mikäli tilaaja loukkaa tekijän tekijänoikeuksia, on tekijällä oikeus vaatia teosten käytön välitöntä lopettamista sekä esittää tilaajalle kaikki tekijänoikeuslain mukaiset vaatimukset loukkauksen johdosta.

Haastattelu 1 – Toiminnanjohtaja Katri Soramäki, Grafia ry

Oman työn hinnoittelu voi olla kokeneemmillekin vaikeaa. Opiskelijoille se oli kyselyn perusteella kaikista vaikeinta. Alihintaan tehdyt projektit, joiden tarkoitus on oman esittelyportfolion täydentäminen on tunnettu ilmiö, joka polkee ammattilaistenkin palkkoja alas. Opiskelijana työkokemusta kuitenkin kaivataan kipeästi, eikä oikein kehdatakaan pyytää liian suurta palkkiota. Mitä opiskelijan tulee ottaa huomioon määritellessään työlleen sopivan arvon?

Hinnoittelusta saamme varmaan eniten kysymyksiä niin opiskelijoilta kuin ammatissa toimiviltakin. Väillä mietitään, että mitä tästä pitäisi veloittaa. Etenkin he, jotka ovat aika alussa vielä urallaan, pohtivat tätä asiaa. Se on aika vaikea kysymys, ja se tietysti riippuu niin hirveän monesta asiasta. Me emme saa mitään suoranaisia hinnastoja tehdä tai antaa, koska se taas olisi kilpailun rajoittamista. Jos meillä olisi hinnoittelu, että Grafian suositus on tällainen ja sitten sitä joko noudatettaisiin tai ei noudatettaisi. Eli sellaisia emme saa pitää. Tietysti se, kuka asiakas on, mihin ja miten laajaan käyttöön työ tulee, on yksi puoli hinnoittelusta. Ja tietysti se oma ajankäyttö, että kauanko työn tekemiseen menee ja mitä kaikkia välineitä siinä tarvitaan. Opiskelija taas saattaa käyttää koulun koneita ja ohjelmistoja. Kun toimii vaikka freelancerina, tarvitaan työtila ja pitää hankkia koneet ja kaikki muu tarvittava. Eli siinä mielessä se lisää hintaa ja voidaan ajatella, että opiskelijahinta voi olla halvempi, koska ei ole kokemusta niin paljon, ja ei ehkä tarvitse myöskään itse hankkia kaikkia välineitä tai tiloja työn tekemiseen.

Onko olemassa suosituksia opiskelijatyön hinnalle suhteessa ammattilaistyöhön? Esimerkiksi meidän koululla olen kuullut että noin reilun puolet suunnilleen voi opiskelija veloittaa suhteessa ammattilaiseen.

Siihen ei ole varmaan mitään virallisia suosituksia. Nuorten, alle 18-vuotiaiden tekemästä työstä mielestäni on suositus, oliko se 70-90 % alimmasta taulukkopalkasta jos semmoinen on.

Eli se vaan pitää jotenkin itse miettiä?

Niin. Teimme viime vuonna jäsenkyselyn, jossa nyt taas pitkästä aikaa kysyttiin myös tuntiveloitusta. Vastausten voidaan katsoa koskevan yhden hengen yrityksiä tai freelancereita. Muistaakseni keskiarvo oli 70 tai 80 euroa tunti.[tarkistus?] Että siinä on yhdenlainen keskiarvo, mutta se oli juuri nämä yhden hengen yritykset. Eli tietysti jos kyseessä on vaikka suunnittelutoimisto, niin on tuntiveloituskin ihan jotain muuta. Toki hajonta oli hyvin suurta vastauksissa.

Mitä mieltä olet Suomen freelance-journalistien taulukoista – ainakin itse olen kokenut kivaksi, että joku on laskenut ihan summia, ihan oikeita numeroita, joita voi kuitenkin jossain määrin käyttää apuna.

Kyllä tuollaiset on aina hyviä.

Kannattaako opiskelijan tehdä työtä tuntilaskutusperiaatteella vai laskuttamalla koko projekti, tai mitkä ovat näiden hyvät ja huonot puolet?

Se on tietysti opiskelijalle ehkä vaikeampi arvioida, kauanko työn tekemiseen menee. Kun on ammattilainen joka jo tietää vähän paremmin, on arviointikin helpompaa. Mutta tuo on vähän vaikea sanoa, sillä tuntilaskutusperiaatteella taas voi olla sitten asiakas ihmeissään, jos niitä tunteja onkin yhtäkkiä ihan hirveästi kun työ kestää. Toisaalta taas voi olla vaikeaa arvioida, mikä se kokonaissumma olisi, mikä tästä pitäisi saada työn tekijälle. En osaa sanoa tuohon, että kumpaa sitten kannattaa tehdä. Nämä ovat vähän kaikki sellaisia asioita, että kukin tyylillään, eli minkä kokee itselleen paremmaksi ja hahmottaa paremmin.

Opiskeliijoista tuntui myös vaikealta pitää kantansa tilanteissa, joissa asiakas koki työn liian kalliiksi, vaikka hinta oli jo lähtökohtaisesti matala. Houkutus saada edes jotain työtä on kuitenkin suuri, ja asiakkaiden tahtoon taivutaan herkästi. Mitä opiskelijan kannattaa huomioida, jos tilaaja kokee työn hinnan liian kalliiksi? Millä palkalla työhön kannattaa silti suostua, ja milloin kannattaa olla ottamatta tarjottua työprojektia?

En tiedä lohduttaako se yhtään, mutta tuossa samaisessa jäsenkyselyssä kun kysyttiin, että missä on eniten ollut ongelmia, niin tämä hinnoittelu oli selvästi jo näillä ammatissa toimivillakin sitten se ongelmallisin asia. Juuri se, että asiakkaat eivät ehkä ymmärrä aivan kaikkea suunnittelutyötä ja muuta mitä siihen sisältyy. Että se ei ole vain se hetki, kun piirretään tai tehdään, vaan että työhön pitää ehkä kerätä aineistoa ja tutustua asiakkaan aineistoihin ynnä muuta. Kannattaa ehkä avata asiakkaalle, mitä kaikkea tässä pitää tehdä, jotta työ tulee valmiiksi. Miten paljon siihen menee aikaa. Ja jos siihen tarvitaan erityisesti lisää välineitä tai muita, mitä siitä kuluja aiheutuu. Viime vuonna Grafia ja Kuvittajat tekivät yhdessä lehden. Siinä on visualisoitu esimerkiksi freelancerille, että mitä kaikkea hänen pitää maksaa, että se työ saadaan tehtyä. Keskimäärin 50% laskutuksesta menee kuluihin, ja jotain pitäisi tietysti jäädä palkaksikin.

Jos työstä jää itselle jotenkin kovin paha maku suuhun, niin sitä ei varmaan kannata tehdä. Eli jos tuntuu, että tämä on ihan riistämistä. Mutta toisaalta ymmärrän, että opiskelija tekee halvallakin, tai suunnilleen ilmaiseksi, jotta saa työkokemusta ja saa portfolioon niitä oikeita töitä koulutöiden lisäksi.

Niin, kun nyt kauheasti puhutaan siitä, että jos tekee kovin halvalla, se aiheuttaa koko alalle ongelmia. Itse olen ainakin joutunut miettimään, että teenkö nyt jotenkin väärin, jos suostun työhön kauhean halvalla.

Onhan se niin, ettei se ole reilua opiskelijoita syyllistää siitä. Mutta tuo on ihan totta, että toisaalta myös se asiakaspuoli tottuu siihen, että graafinen suunnittelu on näin halpaa, ettei siitä tarvitse maksaa. Toisaalta ainakin valmistuessa on hyvä jo sanoa, että nyt hinta ei voi olla enää sama, koska olen valmistunut ja kokemustakin on enemmän.

Osa opiskelijoista koki, että kirjallisen sopimuksen tekeminen tuntuu liian viralliselta ensimmäisten projektien kohdalla tai ns. kaveritöissä. Esim. Grafian sopimusmalli oli tuttu, mutta se oli otettu ainakin osittain käyttöön vasta, kun useammassa projektissa oli törmätty erimielisyyksiin asiakkaan kanssa. Mikä merkitys kirjallisella sopimuksella on prosessin kannalta? Pitäisikö sellainen aina tehdä? Miksi?

No sanoisin että aina kannattaa tehdä kirjallisena. Ei sen tarvitse olla edes se Grafian sopimusmalli. Kunhan se on vaikka sitten sähköpostitse sovittu, ja siinä on listattu, että mitä työhön kuuluu: mitä asioita, ja millä hinnalla. Että olisi oikeasti mustaa valkoisella siitä, että mitä on sovittu. Koska sinänsähän suullinen sopimus on ihan yhtä pätevä. Jos siitä kuitenkin tulee jotain erimielisyyttä, ei ole mitään millä todistaa, että mitä oli sovittu. Siinä vaiheessa voi olla vaikeaa päästä yhteisymmärrykseen, kun ei ole edes sitä sähköpostikirjeenvaihtoa. Todella usein kun meiltä tarvitaan jäsenpalveluna asianajajan apua, ongelma on, että ollaan vaikka vuositolkulla tehty töitä asiakkaalle, mutta mitään ei ole kirjallisena. Sitten se tilanne on aika vaikea, kun on jo syntynyt erimielisyystilanne. Että kyllä suosittelen.

Ja välttämättä asiakas ja suunnittelija eivät puhu samaa kieltä. Asiakas ei ole välttämättä ymmärtänyt tai ymmärtää erilailla jotkut asiat. Eli kannattaa aika rautalangasta vääntää, että kuuluvatko vaikka työtiedostot hintaan. Tai mitä se asiakas oikeasti saa, esim. että hän saa valmiit kuvat tai valmiin tiedoston, mutta sopimus ei sisällä työtie-

dostoa. Koska se on taas sitten yksi kysymys, että no miksen sitä saa. Tietysti senkin voi myydä, mutta tiedostaen, että nyt myyn myös työtiedoston tai originaalikuvituksen. Ehkä siis sekin, että tietää itse mitä on myynyt ja mihin hintaan, ettei sitten esimerkiksi joudu toimittamaan aina jotain lisää.

Opiskelijat tekevät usein töitä sellaisille tilaajille, jotka eivät ole tottuneet graafisen suunnittelijan kanssa työskentelyyn. Tuolloin riski ongelmien syntymiseen on suuri. Mitä tilaajalta vähintään kannattaa kysyä, kun työhön ollaan ryhtymässä?

Kannattaa käydä ainakin läpi, että mihin tarkoitukseen työ tulee, mihin asiakas haluaa sitä käyttää. Käydä siis aika tarkkaan se keskustelu, että mihin tässä ollaan nyt suunnittelua hankkimassa. Koska asiakas ei välttämättä oikein hahmota, että minkä palikan hän ostaa. Hän saattaa ajatella, että tähän kuuluu esimerkiksi korjauskierroksia vaikka kuinka monta, tai muuta vastaavaa. Eli kannattaa ihan siinä hinnoittelussa merkitä, että vaikka kaksi korjauskierrosta. Niin että oikeasti on nähtävillä, mitä työhön kuuluu.

Ja kannattaa selvittää, mihin asiakas työtä käyttää, esimerkiksi meneekö kuvitus menee nettiin, vai jonnekin muualle. Ja tietysti jos jotain logoa tilataan, niin sen nyt jo tietääkin, että se tulee käyttöön kaikessa mahdollisessa sen asiakkaan toiminnassa. Mutta jos tuote on joku muu, se tilataan aina siihen yhteen tarkoitukseen, ellei ole jo aluksi sovittu, että se tulee kaikkeen.

Sekin on osa ammattitaitoa, että pitää vaan rohkeasti ottaa nämä asiat puheeksi asiakkaan kanssa. On se asiakkaallekin etu, kun ne on selvästi sovittu. Yleensä siinä vaiheessa, kun ollaan ostamassa, asiakaskin mielellään keskustelee ja neuvottelee. Mutta jos hänelle on jäänyt väärä käsitys siitä, mistä on sovittu, niin menee aina hankalamaksi.

Millaisia neuvoja haluaisit antaa graafisen suunnittelun opiskelijoille, jotka aloittelevat uraansa?

No varmaan juuri sen, että kirjallisesti sopikaa. Se vähentää kyllä erittäin paljon niitä myöhempiä ongelmia, se on ehkä se tärkein. Ja se, että ei ole tyhmiä kysymyksiä. Ei asiakaskaan välttämättä tiedä, mitä se on tilaamassa. Että jos joku homma tuntuu vähän epäselvältä, niin kannattaa aina kysyä.

Millaiset opiskelijatyöhön liittyvät standardit/toimintatavat alalla olisi hyvä olla?

En kyllä tuohon oikeastaan suoraan keksi mitään lisättävää noihin.

Koulussa ei tarvitse arvioida työhön kuluvia tunteja etukäteen, eikä niistä yleensä tulekaan pidettyä mitään kirjaa. Lisäksi työtä ei koulussa yleensä viedä alusta loppuun (esim. painoon asti), niin kuin oikea tilaus viedään. Siksi opiskelijan on vaikeaa arvioida, kauanko määrätyn työn suunnittelu yleensä voi kestää. Opiskelijalla ei myöskään ole selvää käsitystä siitä, paljonko muuhun kuin itse suunnitteluun (sähköpostit, tapaamiset, korjaukset) aikaa kuluu. Miten opiskelija voisi valmistautua työajan arviointiin? Onko siihen olemassa ammattilaisten niksejä tai kaavoja?

Siihen minulla ei valitettavasti oikein ole mitään. Kyllähän ammatissa pidempään toimineetkin sanovat, että välillä on itse ajatellut, että tämä on tosi nopea juttu, mutta kun sitä rupeaa tekemään niin ei se sitten olekaan. Eli voi se kokeneemmallakin tekijällä mennä pieleen. Eli se varmaan tulee tosiaan ammattitaidon myötä, että tietää missä ajassa pystyy tekemään minkäkinlaisia kokonaisuuksia. Grafian sivuilta löytyy Freetyön palkkiolaskuri, joka helpottaa miettimään näitä kaikkia mahdollisia kuluja, mitä aiheutuu.

Joo, se on tosi hyvä, olen sitä itse vähän käyttänyt. Mutta kun ei ole vielä toimistoa ja muuta sellaista, niin olin epävarma siitä, oliko se aivan minun sovellettavissa – laitoin nollille kaikki.

Niin, ehkä se on tosiaan, että kun ei ole toimistoa ja tällaisia vuokratuloja.

Mutta oli se hyvin suuntaa-antava, kun kulut sai sieltä nollattua. Mutta silti asiakas koki hinnan liian kalliiksi. Ehkä omalla ja joidenkin opiskelukavereiden kohdalla on aika paljon nöyryyttä, ettei oikein uskalleta pyytää. Vaikka itsellä olisi se tieto, että pyydän nyt aika vähän tästä työstä, niin jos asiakas yhtään valittaa niin heti myönnyttään asiakkaan tahtoon.

Niin, se on tietysti kun tavallaan halutaan saada se toimeksianto. Ehkä kannattaa kuitenkin vähän yrittää rohkaistua, ettei ihan heti anna periksi. Mutta tiedän, se on vaikeaa.

Monella opiskelijalla oli kokemus siitä, että tilaaja haluaa materiaalit mahdollisimman nopeasti: suunnittelijan ajatustyötä ei arvostettu, vaan hän oli lähinnä

teknisen toteutuksen pikapalvelu. Miten asiakkaan saisi ymmärtämään myös suunnittelijan ajatustyön tärkeys?

Varmaan ainoa keino on, että sitä vähän avataan. Esim. jo tarjoukseen kun laittaa, mikä aika kuluu tähän *suunnitteluun* ja asiakkaan materiaaleihin tutustumiseen ja muuhun. Tavallaan näyttää sen, ettei riitä, jos sanotaan, että suunnittele logo. Ei suunnittelija mieti vain, että okei, nyt teen jonkun logon. Vaan se strategia ja muu, miltä asiakas haluaa näyttää ja mitä haluaa viestiä - siihen menee aikaa. Jos oikeasti halutaan suunnittelijalta joku näkemys, ettei se vaan ole tosiaan niin, että asiakas on jo päättänyt mitä tehdään, piirrä puhtaaksi.

Osa opiskelijoista koki hankalaksi sen, että asiakkaalla on vahva visio graafisen suunnittelun ratkaisusta, mutta ei visuaalisen alan koulutusta. Miten asiakas saadaan tuntemaan itsensä osaksi suunnitteluprosessia, ja jättämään kuitenkin tilaa graafikon erikoisosaamiselle?

Tuo tulee kyllä toistumaan uran aikana. Monesti asiakaspuolella on joku näkemys, että tästä pitäisi tulla tällainen. Varmasti se helpottuu sitten, kun suunnittelijalla on enemmän työkokemusta ja ammattitaitoa. Se on neuvottelua ja keskustelua asiakkaan kanssa, eli myös sitä taitoa, että osataan myydä sitä omaa osaamista ja sitä mitä koulusta on saatu. Jos asiakkaan lempiväri on punainen, ei työstä välttämättä tule punaista. Vaan pystytään vähän haastattelemaan ja käymään keskustelua siitä, mitä tehdään. Toki moni asiakas voi ajatella, että he ottavat nuoren tai opiskelijan tekemään sen, mitä asiakas nyt haluaa.

Tulee mieleen vielä, en ole Suomessa opintojen aikana kauheasti kuullut puhutavan briefeistä. Sitten olin Kanadassa vaihdossa Graphic Design for Marketing -linjalla. Siellä kaikki koulutehtävät aloitettiin kirjallisella briiffillä ja kaikki valinnat perusteltiin kovin tarkasti. Ja luin briefestä siitä teidän visuaalisen viestinnän hankintaoppaasta. Onko sinulla käsitystä siitä, onko yleistä tehdä esimerkiksi kirjallisesti brief?

No sekin riippuu niin siitä asiakkaastakin, että miten osaavia ostajia he ovat. Reilu vuosi sitten kun Grafia tilasi omaa uutta visuaalista identiteettiä, me teimme ihan kirjallisen briefin. Että näitä asioita tarvitsemme ja tällaisia ongelmia meillä on, ja tältä me haluaisimme näyttää. Jäsenistön suuntaan joltain ja esimerkiksi johonkin ministeriöön päin meidän on oltava taas asiallinen toimija, eli ei voida näyttää liikaa joltain Punavuoren hipsteriltä. Eli oli monia näkökulmia, mitkä piti ottaa huomioon. Niin tämän briefin an-

noimme kolmelle toimistolle ja kysyimme, miten näkevät nämä asiat. Totesimme, ettemme siis halua mitään suunnittelua, vaan jonkinlaisen kirjallisen vastauksen siihen, että miten he tätä lähestyisivät. Se on sikäli hyvä tapa lähestyä asiaa, koska osa julkisista hankinnoistahan on sellaisia, että halutaan jo nähdä jotain suunnittelua ja versioita. Se on ihan älytöntä toimittaa sellaisia ilman mitään taustakeskustelua tai sen ihmeempää tietoa projektista.

Onko Suomessa sitten tapana, että graafikon luova brief on lähinnä tapaamisen muodossa?

Asiakashan monesti toivoo jotain suunnittelua näkevänsä, mutta sitähän me sitten ajamme, että ellei tällaisista suunnitelmista makseta, niin sellaisia ei tulisi teettää. Tietysti jos asiakas haluaa nähdä useammalta suunnittelijalta vaikka logoversioita ja on niistä valmis maksamaan, niin sehän on ihan ok. Mutta monesti ei olla budjetoitu siihen rahaa. Alan järjestönä toivomme, että se käytäisiin tapaamisen muodossa ja kirjallisenä, että mitä projektissa haetaan.

Tämä [kokonaisuus] on aiheena sellainen, että monesti toivotaan kovin konkreettisia vastauksia. Se on vain niin monesta kiinni, ammattilaisellekin, että kuka asiakas on, mikä on levikki jne. Riippuu niin monesta jutusta. Ja se, onko työllä kovin kiire. Voi olla vähän edullisempaa, jos suunnittelijallakin on oikeasti aikaa tehdä työtä, mutta jos parin päivän päästä pitää olla valmista, hinta nousee. Ja sekin tietysti, että paljonko suunnittelijalla on nimeä. Jos halutaan nimenomaan tietyn suunnittelijan jälki, voi tämä alkaa vähän vapaammin hinnoittelemaan.

Haastattelu 2 – Kustannustoimittaja Sanna Tyyri-Pohjonen, Aalto ARTS Books

Kyselyyn vastanneista opiskelijoista tuntui hankalalta ottaa palkkio puheeksi.

Miten palkkiosta kannattaa puhua tilaajan kanssa?

Meillä tilanne on se, että niille töille, missä käytämme graafisen suunnittelun opiskelijoita, on perustaksa väitöskirjan taittoon. Lisäksi opiskelijat saavat työnäytteitä. Taksan suuruus riippuu aina väitöskirjan sisällöstä, esim. jos siinä on hirveästi kuvia, taksa on vähän isompi. Jos kyseessä on pelkkä mustavalkoinen kirja, niin sille on todella vakiintunut taksa. Opiskelija saa siitä työnäytteen ja sitten vielä palkkaa, kukaan ei ole kyllä valittanut. Joku jopa sanoi, että maksamme liikaa, mutta sitä en kyllä usko. Jokainen väittelijä tekee omaa kirjaansa sellaisella intohimolla, että haluaa tehdä korjauksia vaikka kuinka monta kertaa. Juuri nuoren ihmisen täytyisi osata pitää puolensa, ettei hän joudu tekemään kaikkea uudestaan. Yritämme sitä aina kirjantekijöille teroittaa, että kun graafikko kutsutaan töihin, niin täytyy osata määritellä työn määrä. Kuinka monta oikolukukierrosta ja niin edelleen. Eihän se koskaan ihan juuri niin mene, mutta meillä tämä raha-asia on suhteellisen helppo, koska meillä hinnat ovat niin vakiintuneita. Aina kun kysyn, haluaisiko opiskelija työn, sanon että tästä työstä maksetaan tämän verran ja mitä aihepiiriä, montako lukua, kuvaa, graafia ynnä muuta työ sisältää. Kukaan ei ole 11 vuoteni aikana koskaan kieltäytynyt liian huonon palkkion takia. Tietysti jos joutuu heti nuorena taittamaan jonkun ison kokonaisuuden, voi olla vaikea arvioida työn määrää. Esimerkiksi erästä kirjaamme taittoi kokenut taittajapari, mutta koska kirjassa oli 500 sivua ja 1000 kuvaa, niin eivät hekään etukäteen pystyneet arvioimaan työn määrää. Meidän kustantamossamme, Aalto ARTS Booksissa, kunnioitetaan graafista suunnittelua, koska olemme visuaalisen suunnittelun korkeakoulu. Olemme aina yrittäneet neuvotella niin, ettei kukaan kokisi olevansa hyväksikäytetty.

Valitettavasti minulle tulee paljon tarjouksia ammattilaisilta, jotka haluaisivat tehdä kanssamme kirjoja. He luulevat, että meillä on paljon rahaa, koska kirjamme ovat niin hyvän näköisiä. Esimerkiksi eilen sain postissa tällaisen mielettömän hienosti suunnitellun pakkauksen, jolla joku haki töitä. Hirveän hyvä kirjasuunnittelija, mutta tiedän, että hänen taksansa on sellainen, että ei meillä ole rahaa. Eli bisnesmaailma on ihan toinen. Me olemme yliopistokustantamo, eli siinä viiteryhmässä liikutaan. Itsekin kuulun niihin, jotka ihailevat hyviä graafisia suunnittelijoita, ja hirveän mielellään heille maksaisi. Tosin usein käy niin, että ainoastaan graafiset suunnittelijat, painotalot ja kääntäjät

tienaavat jotakin, ja me muut teemme enimmäkseen plus miinus nolla. Se on huvittava juttu, minkälaiseksi tämä kirjan tekeminen on muuttunut. Mutta onneksi vielä saamme tehdä näitä töitä, painettu kirja on kuitenkin niin älyttömän kätevä ja hyvä käyttöliittymä.

On se painettu kirja hyvä. Jotenkin minun on vaikea kuvitella että se ihan katoaisi.

Kun katsoo tilastoja näkee, että myynnit laskevat. Mutta ainakin nuoren opiskelijan kannattaa palkkiosta puhuttaessa kysyä, että mitkä kaikki asiat palkkioon kuuluvat. Kyllä teillä on oikeus se kysyä. Itse yritän aina vastata siihen ennen kuin edes kysytään. Siten tulee vähemmän sotkua. On tietty lista, missä luetellaan kaikki muut työt, mitä projektiin kuuluu, kuin pelkkä se kirjan taitto. Esim. markkinointimateriaalin ja sähköisen pdf:n toimittaminen. Olen listannut ne kaikki, se lista näyttää melkoiselta. Kun se on kuitenkin heti alussa käyty läpi, niin ei tule mitään sotkua sitten jälkeenpäin.

Voiko projektin budjetista puhua työryhmässä avoimesti? Onko ihan ok kysyä, että paljonko tähän käytetään rahaa?

Minusta se on ihan ok, koska se vaikuttaa suunnitteluratkaisuihin. Yleensä meillä on jonkinlainen karkea budjetti kirjasta, jota ruvetaan tekemään. Vasta kun tiedän tarkalleen sivumäärän, materiaalit, kirjan koon sekä kuvien ja värillisyyden määrän, vasta sitten pääsen kysymään painofirmalta tarjousta. Ja usein se on liian korkea. Eli sitten pitää jostain luopua. Mutta yritän huolehtia, ettei suunnittelija joutuisi tekemään turhaa työtä. En pyydä suunnittelemaan lisäkansia ja preeglauksia – ja myöhemmin totea, ettei rahaa olekaan. Ei siinä ole mitään järkeä. Mielestäni paras tulos tulee, kun on tiimi, jossa kaikki ovat suhteellisen tasa-arvoisessa asemassa. Siksi minusta sellainen avoimuus on hyväksi, että graafikko jo ensimmäisessä suunnittelupalaverissa suunnitteleen tietää, paljonko tässä nyt voidaan käyttää rahaa. Ja tavallaan uskon, että aina tulee hyvä tulos kun on jotain raameja. Vaikka graafikko saisi aivan vapaat kädet ja resurssit, se ei takaa laatua. Vaan se yhteinen näkemys, että mitä tässä ollaan rakentamassa.

Kumpi laskutusmuoto on tilaajan kannalta mieluisampi: projektilaskutus vai laskutus tehdyistä työtunneista? Miksi? Vaikuttaako valintaan se, jos tekijä on opiskelija?

Se riippuu niin casesta. Esim. tätä valtavaa, 500-sivuista kirjaa tehtiin 4 vuotta. Ei mitenkään voi kuvitella, että suunnittelija olisi osannut antaa jonkun könttäsunnan pro-

jektin alussa. Siitä tuli lisälaskua ja muuta, mutta kaikki sen ymmärsivät. Ja lopputulos on kuitenkin hyvä. On pääasia, että ihmiset ovat ylpeitä siitä, minkä saavat aikaiseksi. Mutta tietysti meille, jotka vastaamme rahasta, on projektilaskutus helpompi.

Toisaalta, kun meillä graafikko tekee kirjan, ja tykkää työskennellä kanssamme, niin vaikka hän olisi ammattilainenkin, hän voi tulla meille vähän halvemmalla. Hän muistaa, että täällä häntä kunnioitettiin. On ollut hirveän kiva, kun joidenkin graafikoiden kanssa on tehty monta projektia yhdessä. Ja heille sitä työtä sitten tarjoaa ensin, kun tietää että yhteistyö toimii. Tämä on kommunikaatiolaji: graafikonkin on tärkeää osata avata näkemyksiä, perustella ja argumentoida. Vaikka olisi kuinka hyvä, niin ei se riitä, jos vain lämäisee tietokoneella minulle sen taiton. Nautin siitä, kun opiskelijat vähän kertovat, että mikä on ollut suunnittelun kantava idea, ennen kuin edes näyttävät suunnitelmiaan. Minusta se on viehättävää, kun löytyy joku ihan uusi näkökulma. Silloin tiimityö on parasta, kun annetaan luovuuden kukkia.

Kun työskentelee opiskelijoiden kanssa, tuntuuko heidän näkökulmansa tuoreemmalta? Tai millaisia etuja tai haittoja olet havainnut opiskelijoiden kanssa työskennellessä verrattuna ammattilaisiin?

Kyllä me ainakin kauheasti tykkäämme meidän opiskelijasuunnittelijoista, koska he ovat vielä niin intohimoisia ja silmät auki kokeilemaan kaikenlaista. On hauskaa, kun omassakin työssä tulee aina eteen jotain uudenlaisia, kokeillaan erilaisia asioita. Se pitää työskentelyn eläväisenä. Aina vilpittömästi nautin, kun joku esittää jotain uutta. Vaikken esteettisesti aina välttämättä tykkäisikään siitä. Se useimmiten tulee näiltä nuorilta. Toisaalta he, joilla ei vielä ole paljon työkokemusta, eivät aina ihan tajua aikataulun tärkeyttä. Jos myöhästyään sovituista palavereista tai taitot eivät tule silloin kun on sovittu, työryhmä ei pääse lukemaan ja oikoluku viivästyy, ja paino viivästyy.

Lisäksi meillä vielä aina tarkastetaan, että korjaukset on tehty. Joskus opiskelija ei ymmärrä, että työ pitää vielä korjausten jälkeen käyttää meillä. Joskus yks kaks vaihdetaan jokin taiteellinen ratkaisu, ja sitä ei hyväksytetä kirjoittajalla, tms. Sellaista on välillä, mutta me olemme kaikki ihmisiä. Uskon, että jotkut opiskelijat eivät koskaan syyllisty näihin synteihin, ja jotkut syyllistyvät lopun elämänsä.

Ennen kaikkea korostaisin kauheasti sitä, että kun saa ensimmäisiä keikkojaan taittajana, tulisi suhtautua siihen niin, että toisilla ihmisillä on aivan hirveä kiire. Aikataulussa siis pysytään. Jos esim. sairastuu, niin totta kai voi ilmoittaa, ettei pääsekään. Nykyään

elämä on niin kiireistä. Sitä ei voi liikaa teroittaa. Meillä on väitöskirjoja, esim. viime vuonna 18 kappaletta. Pahimmillaan jos taitto myöhästyy, paino myöhästyy, lentoliput on tilattu, vastaväittelijä tulee Amerikasta, kaikki henkilöt on kutsuttu, sukulaiset ovat ostaneet matkaliput, niin se saattaa johtaa johonkin ihan kamalaan. Se on katastrofi. Sitä ei voi pieni ihminen aina ihan ymmärtää, että hänen laiskuudellaan voi olla hirveät seuraukset. Onneksi nyt näin ei ole vielä tapahtunut, mutta unettomia öitä on vietetty. (Nauraa)

**Niin, sitä yritän vähän tässä työssäni myös hakea. Kun tuntuu, että aina katso-
taan graafikon näkökulmasta, että asiakas ei toimita materiaaleja ajoissa. Mutta
se on kaksisuuntaista.**

Niin, sitten pitäisi graafikon venyä ja tehdä yötyötä. Itse yritän aina kysyä graafikolta, kun tämä on nähnyt materiaalit ja kirjan pitäisi olla valmis tiettyyn aikaan, että montako viikkoa hän tarvitsee. Olemme palastelleet työvaiheet, jotta työskentely olisi jouhevaa. Pyydämme vaikka yhdestä luvusta mallitaiton, joka sitten hyväksytään yhteisesti palaverissa. En tykkää siitä, jos kaikki hyväksytään vain sähköisesti. Työstä saa enemmän irti, kun on pieni porukka ja tavataan kasvokkain. Mahdollisimman paljon koitamme välttää turhaa työtä. Taittaja tekee pari ilmettä, joista kirjoittaja saa valita. Minä tietysti osallistun valintaan, mikä on tähän caseen paras ratkaisu. Sitten graafikko voi tehdä koko taiton rauhassa. Silloin osataan arvioida työmääräkin paremmin.

Siitähän se lähtee sitten sujuvasti liikkeelle.

Ideaalitapauksessa kyllä. (Nauraa) Se on hirveän hauskaa tässä työssä, kun saa miettiä, kuka taittaja kutsutaan mihinkin kirjaanprojektiin. Se on hauskaa, koska siinä mennään intuitiolla. Esimerkiksi meillä on urheilua ja taidetta käsittelevä kirja. Se on ensimmäinen alallaan, missä verrataan kahta näin kummallista asiaa, ja löydetään niistä paljon yhteneväisyyksiä. Mietin, kuka meidän taittajista voisi sopia tällaiseen. Sitten vain kysyin yhdeltä opiskelijalta, että kiinnostaisiko häntä. Häntä kiinnosti hirveästi, koska hän juoksee itsekin ihan kauheasti. Eli sekä kirjoittaja että graafikko olivat juoksuhulluja, ja kirjan kuvituskin määräytyi sen mukaan. Minulla tulee vieläkin ihan kylmät väreet, kun välillä tämä natsaaminen on tosi hauskaa. Joskus aihe ja taittaja eivät taas toimi ollenkaan yhteen. Joskus kun meillä alkaa kirjaanprojekti, niin kirjoittaja tulee katsomaan kirjojamme ja kertoo, mistä tyyleistä tykkää ja näyttää pari mallia. Sitten voin soittaa joko niille graafikoille, tai jos otan uuden opiskelijan niin näytän, miltä pohjalta ilme tulisi kehittää. Eli yritämme myös visuaalisesti avittaa taittajia.

Mitä kaikkea ensimmäisessä palaverissa pitäisi käydä asiakkaan kanssa läpi?

Projektin aikataulu olisi hyvä olla kaikilla selkeästi mielessä. Lähinnä se, että milloin työ pitää saattaa painoon, mikä aika on rauhoitettu taitolle, ja ideaalitapauksessa olisi aina aikaa taiton oikoluvulle. Yritän aina saada siihen viikon, mikä ei yleensä onnistu. Aina työ venyy jostain päästä. Sitten tietysti ne käytettävät resurssit. Minusta nuoren opiskelijan kannattaa pitää huolta siitä, että osaa sanoa esim. jos on monta kirjoittajaa, että tekevät korjausmerkinnät yhdelle dokumentille. Ettei opiskelija joudu ottamaan viittä erilaista läjää epäselviä merkintöjä. Pitää olla myös selvillä, että kenellä on viimeinen päätös, eli onko se kustannustoimittajalla vai jollain muulla. Marssijärjestyksen olisi siis hyvä olla selkeä. Yleensä nuoria ei oteta sellaisiin projekteihin, missä on monta kirjoittajaa. Opiskelijalle annetaan aina ensin vaikka väitöskirja. Se on yhden ihmisen teos. Mutta nekin saattavat olla hirveän haastavia ja monimuotoisia. Mutta aika hyvin meidän opiskelijat ovat pärjänneet.

Joskus on ollut sellainen opiskelija, joka aina myöhästyy. Silloin olen tiennyt, etten ota häntä ikinä enää töihin vaikka hän olisi kuinka lahjakas. Jotkut taas eivät vain puhu samaa kieltä. Minäkin olen tällainen päällepäsmäri, hyvässä ja pahassa. Kaikkien persoonallisuudet eivät vain sovi yhteen. Joidenkin kanssa yhteistyö on helppoa, kunnioitus on molemminpuolista. Kommunikaatio on tärkeää, pitää oppia kertomaan, miksi haluaa tehdä mitään. Ja osata selittää niin, että mekin tajuaamme, jotka emme ymmärrä esimerkiksi typografiasta niin paljoa. Sellainen kansantajuisuus, että osaa selittää lyhyesti ja näpsäkästi sen, mitä ajaa takaa. Se auttaa luottamuksen syntymisessä. Ja minusta luottamus on kyllä aika tärkeä asia. Sitä ei ehkä aina muista sanoa, mutta se rakentuu pikkuhiljaa ja on tärkeää.

Eli se vastaa vähän tähän, millaiselta graafikolta tilataan uudelleen työ. Eli vastaus olisi luotettavalta?

Juuri luotettava, että hän tekee sen mitä sanoo, siinä ajassa mitä on sovittu.

Tietysti myös se, että hänellä on oma visio, on kyllä hirveän tärkeä asia. Minä pidän graafisia suunnittelijoita vähän niin kuin taiteilijoina. Kirjataiteena. Saksassa puhutaan kirjataiteesta, mutta ei meillä Suomessa sellaisesta puhuta.

Ainakaan vielä.

No ei, maailma on mennyt jo sen asian ohi. Meillehän on ihanaa aina jos meidän graafikoiden kirjat palkitaan vuoden kauneimmissa tai Design Print Awardseissa tai vaikka

European Design Awardissa. Ne ovat meille myös mittareita, että olemme tehneet työmme hyvin. Vaikka graafikkohan ne ilmeet on luonut, mutta se on kuitenkin pitkälti tiimityötä.

Ja te luotte ne puitteet arvostuksellanne graafista suunnittelua kohtaan.

Niin, minä uskon, ettei tällaisia kustantamoita ole kovin montaa Suomessa, missä näin paljon tehdään kaikenlaista. Missä graafikko saa tehdä niin kuin haluaa. Nytkin kokeilemme jotain aivan uutta painometodia ensimmäistä kertaa. Vain siksi, kun graafikko haluaisi sellaista kokeilla. Se on meille kaikille uusi ja haastava, ja minäkin matkustan taas kerran painokoneelle katsomaan, että miten se oikein tapahtuu. Mutta en olisi ikinä tällaista keksinyt, ellei tämä nuori graafikko olisi ehdottanut. Se on kallis menetelmä, mutta me myös yritämme käyttää sellaisia painoja, jotka kunnioittavat näitä graafikkojen toiveita. Esimerkiksi valokuvakirjathan tehdään aina niin, että valokuvaaja ja kustannustoimittaja menevät sinne valvomaan. Se on todella tärkeää.

Kuinka herkästi ja missä asioissa graafikon tulisi kääntyä tilaajan puoleen? Voi-ko olla liian roikkuva tai epävarma, tai toisaalta liian itsenäinen?

Voi olla. Tuotantopalaverissa käydään läpi, että mitä etsitään, ja sen jälkeen on palautte, johon graafikko tuo ensimmäisen esittelynsä. Nämä kaksi palaveria on aikaa käyttää siihen, että mietitään yhdessä, mikä se ”juttu” voisi olla. Näiden jälkeen minulla ei valitettavasti ole aikaa henkilökohtaiseen konsultointiin, että mikä vaihtoehtoista olisi parempi jne. Elämä on liian kiireinen nykyään. Minullakin oli 18 kirjaa viime vuonna, ja kun töissä ollaan ehkä 10 kuukautta, niin on tämä hirveää liukuhihnameininkiä nykyään.

Graafikolle on varmaan helppo tehdä suunnitelmat digitaalisina ja näyttää tietokoneelta. Olen kuitenkin ihan varma siitä, että työstä tulee parempi jos se printataan – varsinkin siis jos tehdään kirjaa. Niitä papereita sitten hypistellään, kosketellaan ja katsellaan. Kirja on konkreettinen, ja uskon, että myös tunto vaikuttaa tässä prosessissa. Hyvä esimerkki on uusi kirjamme, joka on monitaiteinen ja –tieteinen, laitosten taidepedagogiasta päihdehuollon työssä. Näin tämän vain sähköisenä, ja nyt tuli painosta tämä sopimusvedos. Huomasin, että tästä tuli paljon suloisempi kuin mitä olisin ikinä uskonut. Esimerkiksi graafikko haki ihonväriä tähän kanteen, mikä on minusta yllättävän hyvin onnistunut. Tässä teoksessa on muutama kuva, ja yksi runo. Graafikko keksi, että tämä ydinruno pannaan keskelle aukeamaa toisin päin ja isolla. Kaikki muu on

sitten asiallista pienen kirjan formaattia. Tuntui, että onneksi uskalsin ottaa tuon taittajan. Joku oli ehkä sanonut hänen olevan niin suuri taitelija, että voi tulla ongelmia. Minusta on hyvä, kun työssä on se taiteellinen himo. Se parantaa tämän tuotteen.

Jälleen kerran itsekin yllätyin, miten erilainen kirja on konkreettisesti, kuin se mitä olemme käsitelleet tietokoneella. Kirja on kuitenkin vielä tällainen konkreettinen esine. Teimme hienoa kirjaa erään nuoren taittajan kanssa. Hänelle oli helpompaa tehdä muutokset suoraan siinä työskentelytilassa. Mutta me työryhmän jäsenet emme koskaan pysyneet kärryillä, ja siihen valitettavasti jäikin joitain virheitä. Se työskentely oli todella repivää ja raakaa, prosessi ei ollut onnistunut. Mutta lopputulos oli hyvä ja se on pääasia. Graafikon olisi hyvä ymmärtää, minkälainen se tiimi on ja valita sen mukaan työnsä esittelytapa. Jos kaikki ovat nörttejä, koneella työskentely ehkä toimii. Mutta yleensä kirjan tekijät ovat pikkuisen iäkkäämpää porukkaa, ja useimmiten oikeasti haluavat miettiä ja koskettaa. Tämä on ehkä myös ikä-asia: varmaan jos kaikki ovat alle 30-vuotiaita, niin kuka haluaa enää mitään roskapaperia tuottaa maailmaan.

Toisaalta kun kirjaan tulee paljon tekstiä, se on tärkeää nähdä tulostettuna.

Nimenomaan, kaikki miten aukeama asettuu – sitä ei koskaan näe tuosta näytöltä kuitenkaan, miten se oikeasti on. Vaikka minäkin luulen, että olen jo vähän kokemusta saanut tällä saralla, niin joka kerta yllätyn, miten erilainen kirja on kun se tulee loppujen lopuksi painosta. Onneksi useasti se painosta tullut kirja on aika paljon hienompi, kuin mielikuva, jonka olin prosessin aikana saanut. Ilahdun aina siitä, miten graafikko on pystynyt kuvittelemaan sen paremmin kuin minä. Ja juuri siksi myös kunnioitan sitä kykyä.

Millaisia neuvoja haluaisit antaa graafisen suunnittelun opiskelijoille, jotka aloittelevat uraansa?

No sellainen omaehtoinen kontaktointi. Reippaasti vain, että hei, olen täältä ja täältä valmistunut ja etsin haastavia uusia töitä, olen käytettävissä, kutsukaa. Ja laittaa portfolionäytteitä. Aikaisemmin, kun olimme kaikki tuossa samassa kirjakaupassa, opiskelijat tulivat sinne tervehtimään ja kysymään, että olisiko mitään kirjaprojekteja. Kun itseään mainostaa, on tosi tärkeää tuoda oma innostus ja kiinnostuksenkohteet ilmi. On paljon ihmisiä, jotka eivät edes tajua sanoa, että ovat esim. loistavia infografiikan tekijöitä. Suomalaiset eivät ylipäättään osaa kehua itseään. Usein saatan kysyä opiskelijalta, kiinnostaako häntä jokin aihe, josta on tulossa kirja. Taittajaksi valikoituu se opiskeli-

ja, joka on kiinnostunut aiheesta ja tuo sen ilmi. Oman persoonallisuuden esittely kontaktoinnissa, omien kiinnostuksenkohteiden avaaminen. Se varmaan tekee sen, että jää mieleen.

Mitä taitoja toivoisit alan oppilaitoksissa harjoiteltavan enemmän? Onko tullut joku sellainen, missä huomaa että opiskelijat ovat vähän kokemattomia?

Esim. kun opiskelijat esittelevät visuaalisia ratkaisuja työryhmälle, jotkut hukkuvat typografian ja termien viidakkoon, mistä me muut maallikot emme tajua mitään. He saattavat vaikka 10 minuuttia puhua fontin rakenteesta. Se ei oikeasti kiinnosta kaikkia niin hirveästi. Vähän sellainen kapeakatseisuus on ehkä näillä nuorilla aloittelijoilla.

Joskus halutaan kikkailla, kun ollaan nuoria ja koitetaan heti olla maailman parhaita. Mikä on tavallaan ihanaa, kun otetaan riskejä ja yritetään. Tehtävän mukaan pitäisi kuitenkin valita ne ideat. Yksi on vielä hauska, että mitä nuorempi graafikko, sitä useammin hän haluaa todella pienet fontit. Se on hupaisaa, heidän mielestään se on niin hirmutyylikästä, kun on niin paljon tyhjää tilaa. Mutta jos se ei ole luettavaa, niin kuka siitä nauttii. Tällaisista minä väännän kättä aika usein. Oli minulla tässä sellainen kirja, jonka lievetekstit olivat sitten täysin lukukelvottomia. Ja pyysin graafikkoa suurentamaan tekstiä, mutta hän ei suostunut, vaan halusi pitää tämän taiteellisen vision. Kun kirja tuli painosta, kukaan ei pystynyt lukemaan niitä. Ja oli liian tehdä sitä uudestaan. Tällaisia sattuu matkan varrella. Kommunikaatitaitoja siinä, että osaa kiteyttää oman viestinsä, ja ottaa toisten aikataulut sillä tavalla huomioon, ettei jaarittele jostain graafisen suunnittelun yksityiskohdista, mitkä nyt ei välttämättä meitä muita auta siinä asiassa eteenpäin. Tietysti pitää toki kertoa, että miksi on tehty ja mikä ratkaisu tulee mistäkin.

Eli pitää huomioida se, ettei puhu muille graafikoille.

Niin, jokaisella ammattikunnalla on oma ammattikieli. Muiden graafikoiden kanssa voi puhua niin, mutta ei silloin, kun mukana on kirjailija, valokuvaaja ja toimittaja. Välillä ihan huomaa kirjailijoiden pitkästyvän, kun graafikko rupeaa hirveästi saivartelemaan, että miksi tässä on mikäkin yksityiskohta.

Huomaako sellaista, jos työskentelee kokeneempien graafikoiden kanssa? Ovatko he oppineet kommunikoimaan paremmin?

Kyllä he ovat oppineet. Ehkä juuri siitä näkee, että ihminen on kokenut, kun hän nopeammin hahmottaa, minkälaista yleisöä tässä tavoitellaan. Jotkut hahmottavat kirjan kohdeyleisön heti kuultuaan työn sisällön ja, että tämä on vaikka tieteellinen kirja tai-

teen alalta, tai tieteellinen kirja tiukan akateemiselta alalta. Sen mukaan he sovittavat myös suunnittelunsa. Uskon, että se tulee kokemuksen myötä, sitä tuskin voi koulussa suoranaisesti opettaa.

No hieman sitten graafikon valinnasta. Millainen on hyvä portfolio? Entä huono?

Nyt pistit pahan. Aina kun meille joku lähettää portfolion, me jaamme sen toisillemme. Meillä on siis käytännössä neljä kustannustoimittajaa. Olen perustanut meille asiakastietorekisteriimme graafikkopankin. Meiltä hyvin monet muutkin korkeakoulun sisällä kysyvät, että tiedämmekö hyvää graafikkoa johonkin projektiin. Eli välitämme näitä tietoja myös eteenpäin. Olemme hyvä paikka niille, jotka meidän kanssa hoitavat hommansa hyvin. Jos tekee täällä hyvän työn, se useimmiten poikii useampia. Tasaisin väliajoin haastan itseni, eli uuden kirjaprojektin tullessa katselen niistä portfolioista uutta taittajaa. Koska vaikka tuttu tekijä olisi kuinka hyvä, niin aina me haemme myös jotain uutta. Valitettavan usein aika monet portfolioit ovat saman tyllysiä. Se aina riippuu, mikä trendi on milloinkin vallalla. Esimerkiksi muutama vuosi sitten kaikki tekstit olivat mustissa laatikoissa. Jos ei siitä sattunut tykkäämään, tuntui että voi ei, kaikki tätä tunkee. On hyvä, jos portfolioista jotenkin käy ilmi sen ihmisen maku. Minusta on tärkeää olla uskollinen itselleen ja tehdä oman näköisensä. Sitten ne natsaa ehkä paremmin ne kirja-taittaja -yhdistelmät. Mutta kyllä säästämme portfolioita, ja kyllähän graafikot pitävät niitä yllä ja uusivat niitä, että onhan se parempi kuin pelkkä nimi ja puhelinnumero. Se on nykyaikaa eikä maksa paljon.

Teki kyllä taas kerran vaikutuksen tämäkin paketti, jonka sain eilen. Sisällä oli kirja, jonka vein kotiin, ja tämä pakkaus on todella kaunis. Että jos jollain persoonallisella tavalla onnistuu erottautumaan joukosta. Jos tekee kuvituksia, niin kannattaa ihmeessä laittaa kuvitustöitä portfolioon. Graafikoita, jotka ovat innostuneita kuvittamisesta, on aika vähän. Ainakaan meille ei tule paljoa sillä tavalla profiloituneita.

Meillä oli taidepedagogiasta kirja, ensimmäinen yhteistyömme tuon taideyliopiston kanssa. Eli tässä on äänen, kuvan ja taiteenpedagogeja, yliopistotasolla. Halusin siihen kuvituskuvat, jokaisen luvun alkuun käsintehdyn piirustuksen. Minusta on hirmu kivaa se, ettei kirjassa ole pelkkää akateemista sisältöä. Että minä tämän ideanipun syötin taittajalle. Tähän tehtiin lukujen alkuun sellaiset avainkuvat. Ilman muuta luulin, että yhdestä niistä tulisi myös kansikuva, mutta ei siitä olisi ymmärtänyt mitään. Päädyimme ratkaisemaan asian toisin, eikä projekti ei ollut lopulta kauhean kallis toteuttaa, vaikka

kuvituskuvat piti maksaa erikseen. Mutta pääasia oli, että kansi kävisi moneen, koska jokainen taideyliopisto on erilainen. Kirja meni neljälle eri yliopistolle, joten sen piti sopia laajalle yleisölle. Siitä meni heti ensimmäinen painos loppuun, nyt tehtiin jo toinen painos. Koen aina onnistumista silloin, kun saadaan kirja nopeasti loppuun.

Miten asiakassuhdetta pidetään yllä?

Toiset lähettävät joulukortteja tai lyhyen viestin, että ovat päivittäneet portfolioitaan. Jos itse olisin graafikko, niin kävisin kirjamessuilla. Siellä niitä ihmisiä näkee livenä, ja näkee, ketkä tekevät sellaisia kirjoja, joita itsekin haluaisi tehdä. Itse käyn Frankfurtin messuilla kerran vuodessa, meillä on siellä oma osasto. Hyvin paljon tulee aina kansainvälisiä graafikoita, jotka antaa jonkun pienen kivan tekemänsä jutun, ja sanovat että pitävät meidän kirjoista paljon. Se on hauskaa, siellä on muun muassa näitä saksalaisia, jotka ovat opiskelleet kirjataiteen kouluissa. He tuovat näitä hirveän ihania tekemiään juttuja. Siinä on aina ihan monttu auki. Mutta käytännössä tykkään istua näin pöydän ääressä graafikon kanssa. Eli en kuitenkaan palkkaa sitä saksalaista, vaikka hän olisi kuinka lahjakas, koska en pysty hänen kanssaan kommunikoimaan näin. Enkä pidä skypestä, se ei minusta korvaa tätä välitöntä, että näen, innostutko vai et, ja mihin suuntaan tätä viemme. Olen niin vanhanaikainen, että haluan tällaisen kohtaamisen.

Parhaat kirjat ovat syntyneet niin, että meillä on ollut nimenomaan tällainen dream team, että kirjailija, taittaja ja minä teemme sen yhdessä. Se on todella ihanaa ja palkitsevaa. Vaikka välillä tulee burn out, mutta se on ihanaa kuitenkin.

Mutta kyllä varmaan sellainen oma aktiivisuus nykyaikana kun graafikoitakin on ihan hirveästi. Ja koko ajan valmistuu lisää. Kannattaa profiloitua johonkin omaan. Sitten sitä jaksaa paremmin, kun se on sitä mitä itsekin haluaa tehdä. Ja monitaitoisuus on hyvä, esim. jos on graafikko joka osaa myös valokuvata. Tai joitkin pyydän esim. tekemään meille mainoksia, kun he ovat esim. äitiyslomalla ja tiedän, että he voivat tehdä meille pikkujuttuja, muttei isoja kirjoja. Ja joistain tulee mieleen, että haluan sen graafikon tähän, kun hän tekee aina niin ihanan leikkisiä töitä.

Onnistuimme hyvin tässä markkinointiesitteessämme, kun kukaan ei nykyään enää tee paperisia esitteitä, niin me päätimme että nimenomaan tehdään. Kun menen sinne Frankfurtiin ja minulla on tällaiset, niin nämähän viedään hetkessä, ja kaikki ihastelevat.

Ja samalla mainostan suomalaista valokuvaajaa, ja kun meillä on niin paljon englantinkielisiä kirjoja, se on järkevää mennä ulkomaille. Tässäkin taittaja on pitkän linjan ammattilainen, ja nämä ovat saaneet hirveästi hyvää palautetta, mutta minua häiritsi ihan kamalasti tietyt kohdat. Ja minä en ole päässyt niistä yli vaikka muut pitävät. Mutta esim. tällainen yksityiskohta vieläkin rasittaa, kun mielestäni tällainen sisällysluettelo ei ole käytettävä, koska se ei ole informatiivinen vaan sekava. Mutta graafikko halusi välttämättä pitää tämän. Harvoin minulle käy niin, ettei yhteistä säveltä löydetä. Kun tilaaja sanoo, ettei tämä toimi, ja graafikko on niin itsepäinen, niin kyllä nyt mietin että tilaanko uudestaan vai en. Kokonaisuus on kuitenkin hieno ja saanut paljon hyvää palautetta.

Onko siinä jonkin raja, että kuinka paljon kannattaa olla taiteellisesti tinkimätön, ja kuinka paljon ajatella, että kyseessä on kuitenkin tilaustyö, missä kunnioitetaan sitä, että asiakas on oikeassa?

Ei ole rajaa, se on ihmeellinen ja häilyvä. Minusta on hienoa, että graafikko puolustaa omaa visiotaan. Mutta minä kuluttajana ja käyttäjänä haluan, että kun tämän tulee olla informaation lähde, tulee sen olla selkeä. Jotkut asiat vielä menettelee, että tämä meidän nimi on tällä tavalla hajotettu. Mutta nimenomaan tämä sisällysluetteloaukeama oli minulle sellainen, että vaikka kuinka moneen kertaan sanoin ei, kun kollega taas tykkäsi ja antoi vihreää valoa. Mutta työ on muuten oikein onnistunut. Se on hauskaa miten tällainen ihan pieni asia kismittää minua vieläkin. Varsinkin kun sen oli itse havainnut jo hyvässä vaiheessa, se olisi vielä voitu korjata. Mutta ihmisten maku on pikkaisen erilainen, ja voin ihan yhtä hyvin olla väärässä.

Meidät on nyt toista kertaa kutsuttu Tukholman taidekirjamessuille huhtikuussa. Olemme ainoat Suomesta, joita sinne on kutsuttu. Ne ruotsalaisgraafikot, jotka tulevat hiplaamaan meidän kirjoja, katsovat vähän toisia asioita kuin suomalaiset. Jos on taiteellisesti suuntautuva graafikko ja voisi anoa esim. opintomatkoja, kannattaisi etsiä ne tietyt messut mihin mennä ja koittaa saada keikkaa. Monet hyvät graafikot ovatkin muuttaneet Berliiniin, ja hyvin pärjäävät. Kyllä koulutus on antanut eväät kansainväliseenkin työskentelyyn.

Ei voi arvata, mitkä kirjat lähtevät lentoon. Meidän kirjoja on joitain myyty Suomessa heikosti, ja ulkomailla hirveästi.

Graafikoille tulee omiakin suhteita painopaikkoihin, joissa jälki on ollut hyvää. Tällä alalla tietoa vaihdetaan, eli tehdään puolin ja toisin palveluksia. Kannattaa pitää työpäiväkirjaakin, jotta on sitten heti tiedossa esimerkiksi hyvä painopaikka. Se on yksi osa-alue, mitä ei koulussa opeteta.